# Las radios populares en la construcción de ciudadanía:

## Enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia

**CARLOS A. CAMACHO AZURDUY**

**Las radios populares en la construcción de ciudadanía:**
**Enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia**

**Derecho intelectual:** © CAMACHO AZURDUY, Carlos Alberto
1 ed., 1ª reimp., La Paz, Bolivia, 2007
Sitio Web: http://www.geocities.com/carcam2000
Correo electrónico: carlili.camacho@gmail.com

**Depósito Legal:** 4-1-198-00
**ISBN:** 99905-0-101-7



**Cuidado de la edición:** Abraham Laureano Copa Cuper
Carlos Alberto Camacho Azurduy
**Edición:**
**Diseño Gráfico y Diagramación:**
**Impresión:**

**A la memoria**
*Eliodoro Camacho y*
*Alberto Azurduy*

**A la vida**
*Lolo y Maru*

**A mis ángeles de luz**
*Blanca y Zulema*

# Índice general

encuestador
2) Plan de muestreo
a) Tamaño de la muestra
b) Método de selección
3) Trabajo de Campo
a) Personal Requerido
b) Perfil del encuestador y del supervisor
c) Capacitación del personal
d) Levantamiento de la información
4) Procesamiento de la información
a) Crítica y codificación
b) Análisis estadístico
5) Características generales de la población encuestada
a) Sexo
b) Edad
c) Ocupación principal
d) Nivel de instrucción
6) Características relacionadas con el ejercicio ciudadano
a) Agrupaciones de pertenencia
b) Derechos ciudadanos
c) Deberes ciudadanos
d) Actividades ciudadanas

*b. La encuesta descriptiva autoadministrada (encuestado-encuestado)*
1) Instrumento de investigación: el cuestionario
2) Plan de muestreo
3) Trabajo de campo
a) Personal requerido
b) Perfil del responsable
c) Levantamiento de la información
4) Procesamiento de la información
a) Descubrimiento de los datos
b) Codificación de los datos
c) Relativización de los datos

2. Análisis del discurso radiofónico
*a. Instrumento de investigación*
*b. Plan de muestreo*
1) Tamaño de la muestra
2) Método de selección
*c. Trabajo de campo*
1) Personal requerido
2) Levantamiento de la información
*d. Procesamiento de la información*

# Agradecimientos

De acuerdo con la trascendencia que el tema de la ciudadanía y la comunicación va cobrando en América Latina y la re-definición del rol de los medios masivos de comunicación en contextos democráticos, el presente libro aborda el rol mediador de las radioemisoras populares en función de su constitución y potenciamiento como espacios públicos gestores de ciudadanía en espacios locales a partir de diversos ámbitos comunicativos complementarios, a saber: el discurso radiofónico, la oferta informativa noticiosa, la incidencia en la opinión pública y la generación de participación radial entre los oyentes.

Los objetivos del estudio se centraron en el análisis de cada uno de estos aspectos desde el trabajo cotidiano que realizan los radialistas y reporteros populares de la *Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL)* y, además, a partir del consumo que efectúan las audiencias urbanas en los municipios donde funcionan estas radios. Para cumplir con estos propósitos investigativos se utilizó, de forma vinculada y complementaria, enfoques metodológicos cuantitativos (encuesta y análisis de discurso radiofónico) y cualitativos (debate grupal).

Esta obra culminada es el producto de un gran número de personas e instituciones que prestaron, de diferentes maneras, su comprometido apoyo. Cada una de ellas me convencieron de que los cambios sólo son posibles cuando el poder de muchos se une para formar lo invencible: el poder de uno.

Mi principal reconocimiento a las y los admirables radialistas, reporteros populares, personal directivo y administrativo de las radios populares afiliadas y afines a ERBOL, que no se cansan ni se rinden ante la adversidad, que sostienen una nueva forma de hacer comunicación junto a las personas a las que se deben, que con sus sabios conocimientos y prácticas cotidianas contribuyen a la democratización de la comunicación y la sociedad. Son ellos que, con profundo interés, se convirtieron en los principales protagonistas de esta investigación.

De igual forma, agradezco a la *Universidad Andina Simón Bolívar (UASB)* por hacer posible el sueño de publicar esta labor investigativa y, de manera muy especial, a José Crespo que demostró una clara muestra de apertura intelectual. Los aportes constructivos de Erick Torrico, en todos los niveles, enriquecieron notablemente este trabajo y lo hicieron más transitable. Su respaldo a mi trabajo académico es invaluable.

Valoro la notable colaboración de la *Secretaría Ejecutiva de* ERBOL y el apoyo comprometido del proyecto *Desarrollo Democrático y Participación Ciudadana (*DDPC*)* de USAID, que desde un principio confiaron en el perfil del estudio y, además, brindaron todos los recursos para que éste llegara a buen término.

Reconozco la sincera colaboración de la empresa de estudios de mercado y opinión MKT-*Marketing* SRL, y en especial de su Gerente General, Carola Capra, quien cooperó abierta y desinteresadamente con la publicación y su difusión. Asimismo, a *The Freedom Forum* que, a través del contacto establecido con su Coordinadora de Proyectos del Centro Latinoamericano, Miriam De Paoli, patrocinó este libro y asumió el riesgo y el compromiso de dar este paso en una clara muestra de su dedicación por la libertad de expresión y de espíritu.

Una especial muestra de profunda gratitud a René Zeballos, con quien nos introducimos por los escarpados caminos de la investigación científica y social, y juntos pudimos ver la luz al final del camino. Y, por supuesto, a la persona que guía nuestro andar por los escarpados itinerarios de la comunicación para el desarrollo, Adalid Contreras.

De la misma forma, no olvido las contribuciones críticas y reflexivas de Maria Immacolata Vassallo y Gabriel Kaplún, y el substancial auxilio de Rosa María Alfaro, Víctor van Oeyen, Pilar Eyzaguirre, Oscar Espejo, Diana Camacho y Alfonso Vacaflores. No puedo olvidar el aliento inquebrantable de Gonzalo y Reynaldo Camacho, quienes con su fuerza demostraron que no hay límites a la esperanza.

Sin duda, todo este recorrido por tratar de reflejar, en la medida de lo posible, un pedacito de la mágica realidad, no tendría valor si no correspondo a mis hermanos de vida y de lucha con quienes forjamos la historia: Alberto Camacho, Gerson Loayza, Javier Lijerón, Ricardo Mercado, Gerardo Ulloa, Edgar Pabón, Gustavo García, Javier Valdivia, Daniel de la Fuente y Aldo Barbato. Incansables guerreros de la luz.

Igual sentimiento de aprecio y honestidad a mis compañeros de historia: Enrique Sumi, Germán Zegarra, Reynaldo Rojas, Carlos Mamani, Jaime Tapia, Jaime Choque y Luis Alberto Alurralde. Y a mis camaradas doctorandos: Marcelo Guardia, José Luis Aguirre y Carlos Arroyo. Hombres audaces que escriben su historia tomando en cuenta lo implacable que debe ser la verdad.

Vimos el horizonte. Existe de verdad. Aunque quizá nunca seamos capaces de tocarlo, merece la pena intentar alcanzarlo. Eso me lo enseñaron

ustedes. Por eso, con franca humildad y sincera emoción les rindo mi hondo homenaje de gratitud y afecto. ¡Gracias desde el fondo del corazón! ¡Gracias a la vida que me ha puesto en su sendero!

# Presentación

La multiplicación de los ámbitos de ejercicio de la ciudadanía que se ha producido en los últimos años, resultante tanto de la renovada vigencia democrática como de los fenómenos que la reconfiguración global trae aparejados en materia de política, economía, cultura y tecnología, se muestra como un escenario, prometedor y desafiante, a la vez que insospechado.

En ese cuadro, y sobre el trasfondo de unas democracias que todavía se hallan en proceso de definición o hasta de consecución, los medios difusivos junto a las denominadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación desempeñan un papel relevante en los procesos de reconformación que hoy registra el mundo. En el caso de las naciones latinoamericanas, donde la pobreza persiste como rasgo predominante, gran parte de lo que la gente conoce y experimenta de su realidad inmediata y entornos distantes proviene precisamente de dichos medios, mientras solamente sectores de élite acceden al uso, empleo y control de los recursos más avanzados de la llamada "revolución digital". Pero no sólo eso, sino que debido a las deficiencias de los sistemas normativos y políticos, la falta de legitimidad de los partidos y la pesadez e ineficiencia de las burocracias, la mayoría de los ciudadanos se encuentra indemne, desorientada, infrarrepresentada y con muchas dificultades para plantear y gestionar sus demandas.

Así, la democracia, que en buena parte de los países está reducida a su aspecto de rito electoral periódico, está en deuda con el único propósito capaz de darle sentido: el logro de una vida digna para todos en libertad. Esto significa que la democracia, ya imperfecta en lo político, no acaba de tomar en cuenta las dimensiones económicas y sociales que también le conciernen y que son justamente las que atingen al bienestar de las personas, individual y colectivamente.

Desde ese punto de vista la ciudadanía, entendida como relación de la gente con el espacio del poder en cualesquiera de sus facetas y en términos de derechos y obligaciones, es uno de los pilares de una obra cuya construcción aún se halla en espera: la de una sociedad para la justicia, el desarrollo y la participación.

Y un proyecto de esa naturaleza, subversivo en verdad por cuanto aspira no apenas a renovar las formas y prácticas institucionales sino a superar las desigualdades y barreras profundas que subsisten, no puede ser concebido ni realizado sin la inclusión de los medios de difusión en calidad tanto de

promotores y fiscalizadores de la ciudadanía como de "lugares" para su ejercicio.

En Bolivia la lucha por los derechos ciudadanos incorporó hace ya más de medio siglo a las radioemisoras sindicales mineras —pioneras en esa materia— y después también a otras campesinas, fabriles y eclesiásticas, así como más recientemente a las comunitarias. No es que otros medios —prensa popular o institucional, televisión universitaria y el cine político— no hubiesen participado en su momento en la defensa de la colectividad, las libertades y garantías constitucionales, pero sí la radiodifusión, en un país de cultura y memoria orales, con una población de bajos ingresos y afectada por exclusiones educativas, culturales y sociales tanto como por carencias en infraestructura básica, se constituyó, hasta hoy, en la favorita de las audiencias además de foro privilegiado, ventana al mundo y escuela.

De ahí que la investigación efectuada por el autor de este libro, *Carlos A. Camacho Azurduy*, que a partir de la singular experiencia de la ASOCIACIÓN DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA DE BOLIVIA (ERBOL) —desde el análisis de quienes protagonizan su trabajo cotidiano como del de sus oyentes— aborda las cuestiones de la democracia, la formación y participación ciudadanas y el papel central que en ellas tiene la radiodifusión, adquiere pertinencia y relevancia al igual que fructífera proyección.

El estudio en que está basada esta obra fue originalmente presentado por Carlos como tesis de grado para obtener el grado de magíster en Comunicación y Desarrollo otorgado por la UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR (UASB), habiendo merecido calificación distinguida y una recomendación para su publicación.

El papel mediador de las radioestaciones afiliadas a ERBOL, en función de su constitución y potenciamiento como espacios públicos constructores de ciudadanía en espacios locales, es el núcleo temático desarrollado aquí y cuyo examen da cuenta no apenas de la específica labor de la Asociación objeto de estudio sino asimismo traza perfiles y rutas para que los medios masivos, más allá de los estrictamente radiofónicos, asuman su trabajo desde una perspectiva estratégica de la democracia.

La UASB presenta, pues, con complacencia este libro que husmea rigurosamente en el interior de una destacable experiencia comunicacional e introduce una mirada refrescante respecto del escenario en que debe actuar hoy la ciudadanía en estrecha interacción con las radios populares, de sus posibilidades y necesidades.

Este esfuerzo de divulgación para el debate no podría haber sido posible sin el valioso concurso de *The Freedom Forum* —fundación internacional dedicada a las libertades de prensa, expresión y espíritu—, la Secretaría Ejecutiva de ERBOL y la empresa de estudios y proyectos MKT-Marketing S.R.L., a cuyos representantes la UASB expresa su sincero reconocimiento.

Mgr. Erick R. Torrico Villanueva
**DIRECTOR ACADÉMICO DE LA MAESTRÍA
EN COMUNICACIÓN Y DESARROLLO
UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR**

# Prólogo

Me siento doblemente honrado al prologar este trabajo. Primero por la calidad de la tesis en cuestión, que en realidad refleja más un compromiso del autor con la construcción de ciudadanía desde las radios populares que el mero cumplimiento de un requisito universitario. En segundo lugar, por su autor, Carlos Alberto Camacho Azurduy (Carlili), a quien tuve la suerte de conocer en sucesivos acercamientos a partir de pasajes de mi propia historia de construcción de formas de democratización de la comunicación.

Estudiante destacado, cuyos méritos le valieron ser recomendado por sus docentes de la Universidad Católica para realizar sus prácticas en la Reforma Educativa, cuya Unidad de Comunicación estaba bajo mi dirección. La disciplina, interés y calidad humana de Carlili fueron su pasaporte para una honda amistad y un trabajo compartido en mil fronteras. Lo recuerdo como mi ayudante en las cátedras de Comunicación Educativa y Comunicación para el Desarrollo. Su capacidad, rigurosidad y dedicación me permitieron ciertas licencias como innovar metodologías, proponer teorías y dejarle en más de una ocasión la responsabilidad de mi cátedra. Creo que las lecturas de los itinerarios de los encuentros y desencuentros entre comunicación y desarrollo, además del acercamiento a algunas experiencias de comunicación educativa, sirvieron para inquietarlo a mirar la comunicación sin anteojeras, lo que en los términos ideales equivale a vivirla desde adentro.

## Ciudadanía: derecho a la diferencia

De las diversas consultorías que compartimos, recuerdo especialmente la realizada con la Confederación de Pueblos Indígenas del Beni (CPIB). Fue entonces, en nuestras largas caminatas por la selva, los cruces de río en canoas, los sobrevuelos de la indescriptible belleza de la cuenca amazónica, el contacto en vivo con culturas del siglo X viviendo en los albores del Tercer Milenio, y las interminables conversaciones a orillas de ríos y cachuelas, que entendimos que ciudadanía equivalía más que a derechos concedidos, a la necesidad de movilización individual y colectiva para ser reconocidos en pleno derecho, con tierra, territorio, lengua y cultura propios. La experiencia nos enseñó que ser ciudadano no es socializarse ni amoldarse al orden diseñado, sino rediseñar la sociedad con la inclusión de las pluralidades.

Esta experiencia nos permitió internalizar que hacer comunicación es ver, escuchar, respetar, alternar, dialogar, interpelar, provocar, rebelarse,

sublevar, construir, ejercer la palabra para crear, para inventar formas de sociedad donde los pueblos se dignifiquen y se incluyan como actores y sujetos, es decir como ciudadanos, o sujetos legitimados y legalizados en la sociedad. Dicho de otro modo, entonces aprendimos que ciudadanía es un concepto articulado al de movimiento en sus connotaciones sociales y políticas, porque la retórica de que todos somos iguales en derechos y deberes es una falacia que para ser real requiere intervenciones dignificadoras desde los excluidos y dignificantes desde los poderes. La ciudadanía se adquiere por ley pero se la gana por legitimidad.

### Ciudadanía: rostro con alma

No puedo dejar de recordar un pasaje casual que lo muestra a Carlili en toda su dimensión humana. Estaba él realizando su trabajo de investigación para su tesis de licenciatura, un estudio de recepción de audiencias de Radio Pachamama en la ciudad de El Alto. Estaba yo con un trabajo de asesoría diseñando la estrategia comunicacional de dicha emisora. De propia iniciativa y con sus propios recursos, Carlili se recorrió los barrios alteños y dialogó con las audiencias en sus propios hogares y esquinas. Aquel día, se había comprometido para un grupo focal con un club de madres.

Una llamada telefónica urgente a la emisora le anunció la muerte de su abuelo. Carlili derramó lágrimas en aquel encuentro casual en El Alto. Lo sentí grande, ser humano con corazón, con sensibilidad suficiente como para reconocer que hacer comunicación es dinamizar los "sentipensamientos". Lo reconocí humano, con alma para sintonizar en la cotidianeidad de las audiencias que su vinculación con los medios es, más que ideológica, vital, de necesidades cotidianas, de lógicas diversas en las que el dolor y la esperanza se entrelazan en dramas que los medios representan y las audiencias las asumen como suyas propias, haciéndose sujetos. Lo sentí humano como humana es la ciudadanía real desenjaulada de las elites descalificadoras del ser político para hacerse ser público, cotidiano y enriquecer la política desde sus vericuetos.

### Ciudadanía: ocupación de espacios

Luego Carlili se enroló en ERBOL, Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia, la coalición más representativa de la comunicación popular en el país. Una escuela de prácticas de comunicación radiofónica que siempre han tenido como característica adelantarse a las teorías. Metido en el centro mismo de la comunicación democrática, los estudios universitarios de Carlili se descolocan porque no alcanzan para explicar la realidad de los mineros de la Pío, la de los matacos de la Bermejo, la de los aymaras de la

mítica San Gabriel, la de los chapacos de la Tarija, la de los quechuas de la ACLO, la de los ribereños de la San Miguel de Riberalta, la de los kochalas de la Chiwalaki, la de los cocaleros de la Yungas. Difícil desafío y enorme privilegio, haber transitado por la más representativa experiencia de comunicación que resume el país de los ciudadanos que construyen justicia.

En este recorrido privilegiado, la formación y las intuiciones de Carlili tienen que descentrarse para admitir que la teoría es un proceso de reflexión a partir de la práctica, de la práctica en movimiento, es decir de la práctica social sustentada por Hegel como la práctica política, conciente, liberadora. Un nuevo elemento para la comprensión de ciudadanía.

Ciudadano es ser en la vida cotidiana para reconocerse identitariamente, como es y como lo que tiene que ser, con culturas que no se estancan ni retornan, sino que para ser tienen que crecer en entrecruzamientos múltiples, en hibridaciones paradójicas, en mestizajes inevitables, que no se definen en amoldamientos al consumo globalizador, sino más bien tienen el rumbo del crecimiento glocalizador, donde lo local pugna por ganarse espacios de reconocimiento en la sociedad de redes.

Ciudadanía no es entonces retornar al pasado ni estancarse en la historia, sino todo lo contrario, es asumir los cambios desde lo que uno es, para seguir siendo protagonista que ejerce poder en ámbitos a veces cotidianos y cercanos, y otras macro, abstractos, nacionales. Lo local no es una delimitación geográfica, sino un modo de pertenecer a un todo más amplio. Ciudadano entonces no es ser sólo individualidad sino también colectividad, multiplicidad, pluralidad. Ciudadano es el caminante con sus propios pasos de los múltiples pisos entrelazados de realidades locales, regionales, nacionales y mundiales.

### Ciudadanía: narrativa de la visibilidad

Cuando el primer día de mi cátedra de Comunicación y Desarrollo lo vi de estudiante en la maestría de la Universidad Andina, sabía que los procesos perceptivos y los aprendizajes de Carlili seleccionaban y resignificaban inmediatamente mis ofertas imaginándose qué elementos le eran útiles a su compromiso con las radios populares asociadas en ERBOL. Carlili no podía ser un clásico estudiante repetidor de textos o memorizador de conceptos. El ya sabía que la comunicación ciudadana, como lo subraya Benjamin, tiene lugares situados en la vida desde los cuales se elabora la palabra cuando se dialoga, o se expresa en grito cuando los diálogos no alcanzan

para su reconocimiento como ser con deberes y derechos, como sujeto y Constructor de democracia. La palabra de la ciudadanía entonces, es una narrativa de su visibilidad, de conversión de su exclusión en presencia, de su arrinconamiento en libertad.

Siendo director continental de las organizaciones católicas de comunicación apoyé la participación de Carlili en el "Refresher Program" de la Unión Católica Internacional de la Prensa (UCIP), un programa de intercambio y actualización universitaria donde las reflexiones teóricas se entrelazan con el conocimiento de las construcciones de distintos pueblos. Carlili hizo su "UCIP-University" en el Asia, donde su juventud se abrió a horizontes que le permitieron poner en alteridad sus certezas. Ciertamente que lo que mejor cosechó son incertezas, aquellas que nos proporciona la riqueza de la diversidad y que no se encasillan en un par de fórmulas o modelos conceptuales, de pensamientos lineales. En definitiva las sociedades se están haciendo en realidades sin piso ni cielo, marchando a lugares desconocidos. Por eso formar ciudadanía no es socializar, sino más bien descubrir e inventar en movimientos nómadas que se establecerán allí donde se encuentren formas de vida mejor. No hay ciudadanía representable desde totalidades, sino desde sus partes, lo que supone diferencia, conflicto, alteridad con múltiples posibilidades y alternativas de bienestar descentrado en la cotidianeidad.

Si la sola experiencia de Bolivia le mostraba ya a Carlili un mosaico de múltiples puntos de entrada, su conocimiento de Camboya, Vietnam, Tailandia, le habrá generado en la cabeza un ch´enko beneficioso, porque la sociedad misma es un campo de batalla cultural, y la misma ciudadanía es un producto enredado de sociedades abigarradas que condensan en un solo concepto distintos tiempos históricos, geografías y culturas, en síntesis que no resumen ni homogenizan, sino que por el contrario trascienden el rigor de la igualdad para valorar las diferencias. Ser ciudadano entonces es siempre ser uno mismo, o sea, ser distinto culturalmente para ser igual ante la ley.

### Ciudadanía: comunicación con participación

Germán Rey señala tres formas de escenificación de la ciudadanía en los medios: 1) los medios de comunicación son escenarios de representación y expresión de lo social; 2) los medios con escenarios donde se configuran las culturas políticas; y 3) los medios son los instrumentos sociales que inciden directamente en la consolidación de lo público. Es decir que la construcción de la ciudadanía también pasa por los medios. A veces para diluirse y uniformizarse en patrones universales, y otras para autodeterminarse. Este es el caso de las emisoras asociadas a ERBOL, un

espacio donde se ven como son y en perspectiva. En experiencias como ERBOL, comunicacionalmente el ejercicio de la ciudadanía equivale a participación, y políticamente a autonomía, con capacidad de tomar sus propias decisiones, reconociéndose como actores y sujetos sociales, descentrando la política en la cotidianeidad.

Esta tesis que prologo es un claro y digno ejemplo de la incertidumbre porque no se aferra a un solo concepto de ciudadanía, ni a una sola mirada de la comunicación, ni a un modelo único de radiodifusión. Es una tesis ch´enko, felizmente, que no se cuadricula en requerimientos académicos, aunque los cumple con rigor. Es una tesis que como la radio popular opta por delimitarse en los círculos del cuadrante, porque habla de ciudadanía ejerciéndose en el ámbito público (común), cotidiano, para el pleno ejercicio de deberes y derechos, creando dialécticamente espacios de poder a nivel local y ampliado, y construyendo sistemas y culturas democráticas. No hace falta decir nada más, acaso remarcar solamente que forjar ciudadanía desde la comunicación es un proceso intencionadamente político, y que ciudadanía no es un concepto abstracto sino una realidad que se construye ella misma.

**Adalid Contreras Baspineiro**
Quito, Ecuador, abril de 2000

# Prefacio

## Democratizar la comunicación recuperando los medios para sus audiencias

### ¿Su majestad, la audiencia?

Como sostiene María Cristina Mata (1994), la *audiencia* es “un concepto, un modo de designar a un conjunto de seres concretos a los que se les reconoce o atribuye una característica común” que puede ser el hecho de escuchar radio o hacerlo con determinada frecuencia o respecto a una emisora concreta. En segundo lugar, la audiencia es equivalente a público (término más utilizado en la sociología) y designa a una masa de individuos, un agrupamiento a distancia, una forma de sociabilidad con un mínimo grado de fusión y participación en común.

Vale decir que todas las personas que nos exponemos a los mensajes de la radio, adquirimos por ese hecho nuestra condición de “oyentes” aunque no nos conozcamos los unos con los otros, no vivamos en la misma zona geográfica o no pertenezcamos a la misma cultura. Por lo tanto, todos los oyentes de la radio nos encontramos integrados en un cuerpo social invisible del cual somos miembros: *la audiencia radiofónica*.

En tal caso, cuando hablamos de audiencia nos referimos a un conjunto de personas con diverso ingreso económico, nivel educativo, origen geográfico, lugar de residencia, edad, etc. En consecuencia, heterogéneos hábitos cotidianos de consumo, prácticas recepción y estilos de comprensión de los mensajes de los medios de comunicación. No ocultamos cierta incomodidad ante el uso del término “consumo” ligado a su origen económico y asociado muchas veces con la “sociedad de consumo” o con el “consumismo”; sin embargo, lo consideramos como el más importante en la actualidad para abarcar dimensiones socioculturales (ocupación, nivel de instrucción, ingresos económicos mensuales, edad, sexo, lugar de origen, etc.) que influyen en la recepción de los mensajes de los medios. El consumo mediático se nos plantea como un interesante camino que nos puede llevar al mejor conocimiento de las audiencias y, a partir de ahí, al diseño de políticas y estrategias comunicacionales que respondan a las necesidades y expectativas de los públicos, pero también a la misión que perseguimos como institución comunicativa.

Mata plantea una serie de características de la audiencia radiofónica que nos permitirán comprender más acerca de ésta y planificar mejor los procesos de comunicación e información para conseguir los objetivos perseguidos. En consecuencia debemos comprender la *audiencia de la radio* como:

- Una masa dispersa y extendida por diferentes lugares debido al alcance de las ondas radiofónicas, que inclusive cruzan fronteras, montañas y océanos.
- Una masa heterogénea, ya que está integrada por individuos de diferentes edades, sexos, ocupaciones, niveles de instrucción, estratos socioeconómicos, etc.
- Una masa posible de ser estructurada —aunque sólo sea parcialmente— por los emisores a través de los clubes de oyentes y otras agrupaciones similares.
- Una masa libre en tanto no está cautiva o sometida a una sola radio o a un solo medio de comunicación.
- Una gran cantidad de personas ubicadas en un cierto territorio y que comparten unas determinadas transmisiones.

A esos rasgos, Mata añade que *la audiencia es un producto de la radio*. En la dirección de que los oyentes han ido definiéndose poco a poco a partir de las características y peculiaridades de este medio. A tal punto que se debe considerar a la audiencia como un objeto histórico, esto es, variable y dinámico de acuerdo con los cambios que se producen en las radios y en la sociedad.

Lo que estamos intentando expresar es que el medio radio nos constituye como audiencia. El *ser público con la radio* va más allá de simplemente escucharla. Es un rasgo más de nuestro ser que nos hace actuar de cierto modo, porque somos oyentes —al igual que lectores y televidentes— no sólo cuando entramos en contacto con el medio, sino todo el tiempo. Opinamos sobre la base de lo que escuchamos en el informativo, charlamos con los amigos sobre lo que se dijo en un programa, visitamos el medio para solicitar y dedicar un tema musical, etc.

A pesar de que nos permitimos calificar la audiencia como “su majestad”, muy poco es lo que hemos avanzado en la universidad y en los medios masivos de comunicación para su conocimiento y comprensión científicos. Proclamamos, en voz alta y con mucho orgullo, que nuestras acciones están al servicio de las necesidades e intereses de los movimientos sociales y populares; sin embargo, no consideramos sus demandas y expectativas en nuestro trabajo diario porque no las conocemos.

Varones y mujeres, niños y jóvenes, adultos y personas de la tercera edad que se esconden bajo el gran título de “público”. Pero, ¿cuánto sabemos de sus sueños y esperanzas, sus gustos y necesidades, su forma de vida y cultura? Son ellas y ellos que desde su vida cotidiana le dan significado a nuestra labor, interpretan los mensajes que elaboramos y los usan de diversas formas.

De este modo, no sólo debemos considerar la audiencia como el punto de partida y de llegada de nuestro trabajo comunicacional, sino que es crucial tomar en cuenta que está integrada por *ciudadanos*, con Derechos Humanos que exigir y responsabilidades que cumplir. Una *ciudadanía comunicativa* que se forma y desarrolla a partir de la apropiación y uso de los discursos de los medios.

Sin embargo, a pesar de su importancia muchas veces reducimos la audiencia a frías cifras estadísticas que solamente nos dan una pauta global de cuántas personas nos sintonizan en un momento determinado (*rating*). Pero, como relevamos en este texto, estos sujetos de carne y hueso son mucho más que una “masa” plasmada en números o porcentajes. Son la razón de existir del medio de comunicación: más que meros “receptores” son nuestros cómplices e interlocutores en este mágico quehacer comunicacional.

### La construcción de sentido

Como mencionábamos, conocer la audiencia es mucho más que saber cuántos (tamaño) y quiénes (composición) son, dónde están ubicados (localización) y cuáles son sus hábitos (costumbres) y gustos (preferencias). Además de esos aspectos que son importantes se trata, en primera instancia, de (re)conocer seres de carne y hueso detrás de nuestros micrófonos, con todo lo que ello supone: personas —y no únicamente oyentes, televidentes, lectores o internautas— con sentimientos, frustraciones, problemas, necesidades, esperanzas, utopías. Y a continuación establecer una serie de estrategias para saber y comprender:

- Qué relaciones establecen con el medio, sus programas y periodistas,
- qué los llevó a convertirse en oyentes de una determinada emisora,
- qué lugar y papel ocupa ésta en su vida cotidiana,
- el significado que producen a partir de los mensajes del medio,
- los usos/utilidades que le asignan y los aspectos que le demandan.

De este modo, también nos autoevaluamos en el trabajo comunicacional que estamos llevando a cabo: ¿por qué nos escuchan o por qué no?, ¿cómo construyen sentido a partir de esta (inter)relación?.

No podemos seguir reduciendo la comunicación a mera transmisión de información, es decir, un flujo que va en una sola dirección (unidireccional) desde el que tiene el "poder" y el "saber" hacia el "otro" que necesita ser llenado por los mensajes "salvadores". La concebimos, más bien, como *diálogo* y *participación*. Empero, ¿qué diálogo puedo establecer con alguien que no conozco?, ¿qué le puedo decir a una extraña?, ¿cómo puedo saber lo que le gusta o disgusta o lo que requiere para crecer como ser humano?.

Entonces, en el trabajo diario se nos plantea el reto permanente de comprender en profundidad a esas personas que nos siguen día a día, conocer quiénes son y qué esperan del futuro para que podamos, desde su realidad sociocultural en particular, construir mejores programas y contribuir al desarrollo de las potencialidades de nuestros interlocutores para que puedan mejorar sus condiciones de calidad de vida.

El conocimiento profundo de las audiencias está directamente relacionado al carácter y propósito de las radios populares, educativas y comunitarias, recientemente designadas como "ciudadanas". Como afirman Claudia Villamayor y Ernesto Lamas (1998), detrás de cada una de estas formas de nombrarse se encuentran las demandas, deseos, sentimientos y utopías de determinados sectores de la sociedad —donde prevalece una clara opción por los pobres—, y los propios modos internos de entender y entenderse y ensayar respuestas como instituciones comunicacionales a estas necesidades. Asimismo, tal como lo demuestra la profesora mexicana María Cristina Romo (1987), la radio educativa es aquella que emite programas que responden a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de la gente.

José Ignacio López Vigil (1997) va más allá al afirmar que lo comunitario "es un estilo de vivir, de pensar, de relacionarse con el público. Una escala de valores". Por ello, la labor del Comunicador Social con vocación de servicio público y responsabilidad social está dirigida a contribuir al desarrollo humano, ampliar la democracia participativa, defender los Derechos Humanos, promover la interculturalidad y, en definitiva, ayudar a la *construcción de ciudadanías activas y participativas*.

### Aporte de América Latina

En la década de los años 80's surgió en Latinoamérica un movimiento teórico crítico que, con una fuerte influencia del marxismo, planteó

alternativas a las corrientes teóricas hegemónicas como la de Usos y Gratificaciones. Estudiosos e investigadores de diversas disciplinas (antropología, psicología, sociología, comunicación) plantearon un cambio de óptica en la formulación de las preguntas —y, por consiguiente, una serie de desplazamientos teórico-metodológicos—, en el que destaca la transferencia del análisis *de los medios a las mediaciones* en las que se produce el sentido: articulaciones entre comunicación, movimientos sociales y cultura (Martín-Barbero, 1987).

Este notable aporte supone analizar la negociación (complicidad y oposición) que construye la audiencia en su relación con los medios de comunicación desde su vida cotidiana, vale decir, la apropiación y uso diferenciado de los mensajes desde peculiares rasgos sociales, políticos, culturales y económicos.

Este enfoque se ejecuta con notable influencia de los Estudios Culturales, pero adquiere en América Latina su propia identidad científica a partir del redescubrimiento, reconocimiento y revalorización de las *culturas populares*. Además, el alejamiento del esquema unilineal de Harold Lasswell, reclamó no sólo un reconocimiento de la extraordinaria heterogeneidad cultural y del mestizaje que caracteriza a nuestros pueblos, sino también de la articulación de tradiciones y modernidades dispares en cada región, y de los sujetos como actores sociales protagonistas de su propio desarrollo humano.

Las personas no nos exponemos a los medios vacíos de ideas, sentimientos, intereses, emociones y expectativas. El consumo que se realiza de los mensajes responde, entre otras cosas, "a una historia particular de los sujetos, en la que tiene que ver el contexto sociocultural y económico, el tipo de sociedad y los escenarios específicos —familiar, comunitario, escolar— en los que se ha producido la relación con el medio" (Cornejo, 1994). De este modo, asumimos la audiencia como sujeto, vale decir, como entidad condicionada individual y colectivamente por múltiples mediaciones que configuran el intercambio e influyen en los resultados prácticos y simbólicos del consumo.

En estos tiempos, nuestra vida ya no puede ser pensada al margen de los medios de comunicación. Por ello, hablar de audiencia es pensar también en una *experiencia cultural* de las personas que se establece en su vida cotidiana a partir de las relaciones que establecen con los demás y, por supuesto, con los medios en contextos históricos y socioculturales determinados. En fin, las utilidades asignadas a la radio no están desvinculadas de las ventajas y posibilidades que los oyentes le hallan

desde su realidad situada. Entre las principales podemos citar las siguientes:

- El consumo de la radio es compatible con la realización de las labores domésticas o de cualquier otra actividad laboral, porque no exige una concentración plena. Si tenemos en cuenta que la audiencia popular administra adecuadamente su tiempo para cumplir con una serie de responsabilidades y que, por lo general, no tiene tiempo libre para la distracción, podemos comprender por qué la radio es tan valiosa en su cotidianidad.
- En una comparación entre la radio y la televisión una mujer nos dijo: *"viendo la tele se entretiene uno, mientras con la radio se puede hacer muchas cosas todavía y oír a la vez. A mi parecer la tele nos quita el tiempo."*
- En las precarias condiciones económicas que viven los sectores populares, el aparato de radio es bastante asequible por su bajo costo. El radiorreceptor es, además, cómodo para transportarlo debido a su pequeño tamaño y a que *"no funciona siempre con electricidad, también funciona con pilas", "especialmente en los campos no hay luz"*.
- Si a estas consideraciones le agregamos que algunas radioemisoras pueden ser escuchadas a nivel nacional e internacional debido a su elevada potencia y que *"las radios también se transmiten en aymará, porque en la televisión casi no hay nada en esta lengua"*, estaremos de acuerdo que su consumo se facilita tanto en el área rural como en el área urbana: *"si no fuese la radio, la tele es en vano porque no se puede andar agarrado de la televisión porque todo es eléctrico no ve, porque la radio es más económico, cuando pequeño lo que sea pero se puede llevar".*

Empero, el análisis de la audiencia de los medios desde su cultura no está exento de graves distorsiones producto de erróneas y malintencionadas aseveraciones e interpretaciones:

- Olvidar los poderes desiguales entre la emisión y la recepción, esta última subordinada a la primera.
- Confundir audiencia activa con audiencia "todopoderosa" en el sentido que ésta pueda tomar el control de los medios y mensajes.
- Fragmentar el proceso de la comunicación al separar la emisión (producción) de la recepción (consumo) y, por tanto, concentrar el análisis solamente en uno de sus componentes, lo que quitaría el carácter eminentemente social —y no tecnológico— del hecho comunicacional.

- Eliminar del análisis las influencias políticas y los intereses económicos, llegando a pensar que no hay nada que cambiar en el mercado y en la sociedad, ni ninguna necesidad de que la audiencia intervenga en la producción de mensajes y tenga posibilidades reales de acceso a la propiedad de los medios.

Justamente en este último punto debe intervenir el poder público a través de las tan necesarias políticas públicas culturales y comunicacionales, como garantía del ejercicio pleno del **Derecho Humano a la Comunicación** y **Derecho Humano a la Información**.

### La sabiduría popular o el "ch'enko" entre lo moderno y lo tradicional

Mientras realizábamos la investigación en la que se sustenta este libro, pudimos comprobar que la relación de la audiencia con los medios se encuentra estrechamente ligada tanto con sus *intereses personales* como con sus *matrices culturales*, lo tradicional y lo moderno mezclándose permanentemente.

En efecto, entre la propia realidad y los discursos mediáticos que se consumen desempeña, por ejemplo, un papel fundamental la mediación cultural del sentido de solidaridad y reciprocidad del pueblo aymará. Esto es, el sujeto interlocutor se vincula e involucra sentimental y moralmente con las dinámicas conflictivas y melodramáticas del colectivo a través de posibles niveles de proyección, empatía, cercanía, identificación y, por supuesto, esperanza en la adversidad.

Por otra parte, los intereses personales de la población estudiada, que son en última instancia concebidos como los de su familia —particularmente relacionados con el futuro de sus hijos—, muestran claramente su deseo de "adaptarse" satisfactoriamente a las dinámicas y lógicas urbanas, en las que el modelo neoliberal protagoniza hegemónicamente el escenario.

Asimismo, comprobamos que este fenómeno hace directa referencia a los procesos de *hibridación* analizados por Néstor García Canclini (1990) respecto a la modernización latinoamericana. Esto implica, según el profesor Jesús Martín-Barbero (1993), un reconocimiento del *mestizaje* del que estamos hechos en América Latina: "un modo propio de percibir y de narrar, de contar y dar cuenta."

Para el sociólogo boliviano Mauricio Antezana Villegas (1993), el *mestizaje alteño* implica un doble y complementario proceso en su realización histórica: una dinámica de "sincretización" y otra de "articulación" de dos o

más identidades que entran en contacto. La primera dinámica supone la "mezcla" de identidades suprimiendo sus particularidades anteriores para dar lugar a una nueva identidad. La segunda establece el "enlace" de las identidades manteniéndolas "intocadas", pero unidas.

Esta hibridación caracteriza la modernidad especialmente en nuestro país y en Latinoamérica; sin embargo, la cita de Antezana nos permite aclarar que en estos procesos se mantienen "intocables" algunas tradiciones, valores culturales y formas de ser y pensar, que formarían un *núcleo central irreductible*.

A partir de los elementos que conforman este núcleo se explicarían las particularidades de las distintas culturas, más allá de los permanentes intentos de la *globalización económica, política y cultural* por abolir las diferencias y "homogeneizar" el planeta para permitir, en última instancia, el libre flujo de bienes en el mercado de "consumidores planetarios".

### Itinerario investigativo desde el mestizaje

La comunicación por sí misma no puede explicar lo que la realidad, más allá de todos nuestros sueños juntos, nos permite observar y sentir. Nos encontramos con un "mundo popular" diverso, conflictivo y dinámico que existe entre la oposición y la complementariedad, con un pie en el pasado y otro en el presente pensando en el futuro, con un brazo en el campo y otro en la urbe, con un cuerpo en el mundo de "arriba" y otro en el de "abajo".

Estas situaciones vitales nos obligaron a reflexionar críticamente nuestras acciones comunicacionales desde la cotidianidad de la gente, impregnada por un mestizaje que cruza transversalmente cada una de sus prácticas de vida. Esto supuso un cambio de paradigma, que implicaba empezar a pensar y trabajar la investigación y la comunicación como procesos en interacción a favor del desarrollo humano.

En esta dirección, enfocamos nuestra investigación desde una práctica interdisciplinario (antropología, comunicación, psicología, sociología de la cultura y de la vida cotidiana, etc.) y estratégica de combinación simultánea y complementaria de métodos (cuantitativos y cualitativos), que nos permitió asumir la complejidad del fenómeno en su integralidad.

Uno de los retos que nos planteamos fue recuperar la fascinación "viva" de la investigación social y científica, poco desarrollada en los ámbitos académicos nacionales, que exige al investigador sentirse presente en el proceso social, tomar posición y asumir opciones concretas de intervención frente a una situación histórico-política determinada. Ésta dotó de

significado y de eficacia al objeto-sujeto de estudio, y a los métodos y técnicas elegidas.

En esta época de grandes contradicciones e incertidumbres necesitamos recuperar la investigación y la ciencia al servicio del ser humano. Para generar un conocimiento emancipatorio, éstas se deben caracterizar por la búsqueda constante y continua de una lógica integral, crítica y dinámica, que esté al alcance de la gente —esto es, democrática y participativa por excelencia.

### De desafíos y otras amenazas

La realidad multicultural de nuestro país no puede ser explicada y, sobre todo, transformada si nos quedamos en la simplificada polarización: modernidad-tradición. La lectura que la gente hace del modelo capitalista desde su permanente articulación con éste en su vida cotidiana está llena de ambigüedades, contradicciones, angustias y preocupaciones; pero, también, de esperanzas, alegrías, deseos e ilusiones.

Si bien este modelo plantea un marco de acción protagónico para que las personas interactúen y se desarrollen, hay una serie de maneras particulares de relacionarse con él, especialmente desde la visión y la práctica de las culturas populares en Latinoamérica. Éstas nos han enseñado a aprovechar las cualidades de uno y otro lado sin descuidar la propia identidad.

Desde el texto y el contexto anteriormente presentado, los estudiosos y trabajadores de la comunicación estamos en la obligación de revalorizar y legitimar el discurso de denuncia y crítica al modelo hegemónico, y, sobre todo, de articularlo con la propuesta. No podemos seguir pensando acciones coyunturales que no estén articuladas con proyectos históricos de mediano y largo plazo. Hay una necesidad urgente de promover con los "otros" procesos de cambio que ayuden a redefinir el espacio utópico y recuperar el sentido crítico.

En este sentido, la labor de los profesionales de la comunicación consiste en facilitar la reflexión, ayudar a declarar el compromiso con la realidad social, y buscar desde un profundo sentido humano y ético la "verdad profunda". Si bien es imposible escapar a la globalización que impone el capitalismo, lo que ahora importa es no dejar de pensar que hay alternativas y matices, posibilidades de transformación, aporte y búsqueda de una realidad más justa y equilibrada. Lo que cuenta son las pasiones y el trabajo responsable junto a nuestros pueblos. La comunicación no puede ser

reducida a un simple espectáculo, simulacro o juego de luces y máscaras. Hay una responsabilidad social en nuestra tarea diaria.

Desde un respeto profundo a las diferencias que nos lleve a construir la igualdad, el trabajo comunicacional puede y debe edificar relaciones más democráticas. Para esta labor que se convierte en utopía o sueño posible es fundamental encarar el nuevo reto: construir discursos integradores e integrales a partir de una mezcla de racionalidad y emotividad, sensibilidad, afectividad. En todo este proceso, el conocimiento de la audiencia debe jugar un papel central que nos ayude a comprender los espacios y texturas, y a anticipar y planificar los cambios que nos anuncia el fin de siglo.

**Carlos A. Camacho Azurduy**
*La Paz, 27 de agosto de 2007*

# Introducción

Lo venidero nunca se anima a ser presente del todo.
Sin antes ensayarse. Y ese ensayo es la esperanza,
***Jorge Luis Borges***

## A. LOS EJES DEL DEBATE: COMUNICACIÓN, CULTURA Y POLÍTICA

En definitiva lo que se está intentando trazar en este libro son las relaciones constitutivas entre *comunicación, cultura y política*[1], a partir de la premisa de que las dos primeras son, de acuerdo con Jesús Martín-Barbero (1998a:xv), el "estratégico escenario que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica —su capacidad de representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad— para enfrentar la erosión del orden colectivo."

Y, precisamente, en la vinculación de estos tres campos se encuentra un "puente articulador fructífero" (Alfaro, 1997:8) que en los últimos años —a juzgar por esta autora— se convierte en una fuerte preocupación no sólo en el campo de la comunicación, sino también en el de la antropología, sicología social, filosofía y también entre los movimientos de educación popular. Nos referimos a la *ciudadanía*.

Precisamente, Sinesio López Jiménez (1997:41) manifiesta que uno de los temas que ha sido retomado en los estudios actuales, es el que se refiere a los actores y a las estrategias de *construcción ciudadana*. Sobre la importancia actual del tema, él apunta lo siguiente:

> Después de los ochenta se ha desarrollado un interés explosivo sobre el tema de la ciudadanía entre los teóricos de la política. El tema y el concepto de ciudadanía se transformaron en una especie de moda entre los pensadores políticos (:109).

Esta perspectiva ciudadana de trabajo va, según Alfaro (1999a:6), "conformando las huellas de un camino, todavía borroso, esquivo, como un laberinto inconcluso, pero que en el horizonte se plantea como la búsqueda de una nueva utopía con la que podamos vivir."

> La utopía —escribe Fernando Birri— es como el horizonte; está allá lejos y yo camino dos pasos y ella se aleja dos pasos, el horizonte se aleja (...) y yo camino diez pasos y ella se aleja diez pasos. ¿Para qué sirve? Sirve para eso. Para caminar.

---

[1] Sobre las relaciones entre cada uno de estos campos, véase "Otras plazas para el encuentro" de Germán Rey, en *Escenografías para el diálogo*, Lima, CEAAL – ACS Calandria, 1997, pp. 19-48.

Más aún en América Latina que —como sostiene Martín-Barbero (1998b:2) apoyado en Guillermo Bonfil— desde la época de la conquista española y sus libertadores no se asumió que en las culturas indígenas de estos pueblos había *cultura ciudadana*, en definitiva una *cultura política* propia. Esta ausencia de "mestizaje" de la política con las necesidades, sensibilidades, teatralidades y gestualidades de nuestras culturas llevó de diferentes maneras, como lo expresa Martín-Barbero, a la crisis particular que atraviesa la democracia hoy en Latinoamérica.

> Tenemos una cultura política trasplantada que se condensó en unas instituciones formales necesarias, pero profundamente ajenas, profundamente distanciadas de los modos de ver, de sentir, de decir de estos países. Aún en los mejores momentos en que nuestros parlamentos y nuestros partidos fueron democráticos, no sintonizaron con la cultura política de estos países (Martín-Barbero, 1998b:2).

Incidiendo en este aspecto, López (1997:27) advierte sobre una tensión entre una *ciudadanía imaginada*, con derechos más o menos reconocidos en una dimensión normativa e ideal, y otra *ciudadanía real*, que desde la experiencia concreta muestra el ejercicio limitado de derechos que, además, no poseen garantías institucionales para su pleno ejercicio.

También, este autor (:28) reconoce el poco interés que tienen las instituciones estatales y las élites políticas y militares respecto a la condición ciudadana. Inclusive —comenta López—, ni las instituciones académicas y poco menos las de investigación han prestado atención al tema de la ciudadanía como tal, debido a la poca visibilidad del fenómeno y a razones ideológicas y políticas que llevaron a subestimar a un proceso de innegables y profundas consecuencias políticas. A pesar de estos hechos, López confía en que ahora se está dando lugar a la conformación gradual de una ciudadanía desde abajo, que exhibe un proceso inconcluso en el tránsito de una sociedad cerrada de señores a una *sociedad de ciudadanos*.

Ratificando desde su propio análisis este "déficit de ciudadanía" que existe en América Latina, y los intentos de crear desde algunos Estados una ciudadanía regulada que no profundice la democracia, Carlos Toranzo Roca (1999:xxi) revela que el reconocimiento al voto[2] es todavía insuficiente para la gente ya que ésta "se dirige a soñar y construir una ciudadanía integral o

[2] A propósito del sufragio en Bolivia, Fernando Canelas Tardío (1999:81) escribe: "Durante toda la primera mitad del siglo XX el voto había sido restringido. No podían votar los analfabetos ni las mujeres, sino solamente los 'ciudadanos', concepto que implicaba la demostración de una renta mínima. Mediante el decreto del 21 de julio de 1952 se ampliaba el derecho a voto a toda la población a partir de los 21 años sin restricción de sexo, edad, instrucción u oficio. Con esta medida, casi el 70% de la población tuvo acceso a la decisión política dentro del sistema democrático." Esto significaba que "de los 204.000 inscritos para las elecciones de 1951 con voto calificado (restringido) se pasaba a una población electoral de 1.119.000 personas" (:85) en 1956.

plena, que incorpore las dimensiones de los derechos económicos, culturales, ambientales, de género, generación, etc." Así, pues, el citado autor propone la construcción y promoción de una ciudadanía activa o emancipada que sea la clave de la profundización de la democracia a través de espacios de participación apropiados por la gente.

Esta inquietud contemporánea por la ciudadanía tiene que ver con la nueva valoración que, luego del pretendido "fin de las ideologías" —en cuyo símbolo, la caída del muro de Berlín en 1989, se expresa además la consumación de la "guerra fría" y el derrumbamiento del comunismo— se empieza a dar a la *democracia* como valor fundamental de los nuevos horizontes utópicos. Esta situación adquiere mayor relevancia en Latinoamérica[3], que en la década de los setenta sufrió la instauración de dictaduras militares[4] donde la democracia era solamente un sueño largamente anhelado. Recuérdese que la historia hacia la democracia, que se fue consolidando en esta parte del Continente desde principios de los años ochenta, supuso una serie de luchas por la libertad de creencia, de opinión, de expresión y, asimismo, por el **Derecho Humano a la Comunicación**[5].

De ahí que en América Latina surjan en los últimos años nuevos *actores sociales* y *movimientos ciudadanos*[6] con reivindicaciones ecológicas,

---

[3] "A la dictadura del general Pinochet que derrocó a Allende en Chile en 1973, se sumó, en Bolivia, el endurecimiento de la del general Bánzer (...) En el Perú, en 1975, el general Velasco Alvarado fue desplazado del poder por la facción conservadora del ejército encabezada por el general Morales Bermúdez. Lo propio ocurrió en el Ecuador con el general Rodríguez Lara en enero de 1976. Ese mismo año el ejército uruguayo depuso al presidente Bordaberry y en Argentina, ante el caos del gobierno de Isabel Perón, los militares asumieron otra vez el poder en marzo" (*Gran Historia Universal Larousse* – Tomo 18 *El fin de las ideologías*, 1999:2215).

[4] La *Gran Historia Universal Larousse* – Tomo 18 *El fin de las ideologías* (1999:2215) lo explica así: "En el contexto de la guerra fría y la disputa de zonas de influencia, la administración republicana de Nixon favoreció la generalización de regímenes militares de derecha como un medio para impedir el avance político de la Unión Soviética en América Latina (...) Cuando estos regímenes militares llegaron al poder, no sólo persiguieron y reprimieron duramente a los grupos de izquierda, sino que proscribieron en mayor o menor grado todas las fuerzas políticas democráticas."

[5] Según la Comisión MacBride (1980:301), este derecho de todos y cada uno a expresarse y a manifestar libremente sus propias convicciones aportando desde allí a la construcción común, está compuesto por los siguientes elementos: a) el derecho de reunión, de discusión, de participación y otros derechos de asociación; b) el derecho de hacer preguntas, a ser informado, a informar y a otros derechos de información; y c) el derecho a la cultura, el derecho a escoger, el derecho a la protección de la vida privada y otros derechos relativos al desarrollo del individuo.

[6] El analista político Carlos Toranzo Roca (1999:xviii) nos habla de que la participación está impulsada en el presente en un contexto de reflujo de los actores y de los movimientos populares —entre los que destacan los movimientos campesinos, indígenas, obreros, sindicales, etc. A su vez, Toranzo menciona el actual contexto como un marco de gestación de nuevos actores.

étnicas y de género, derechos humanos, nacionalidad indígena, calidad de vida, consumo y otras. En sus reclamos y demandas estos *mediadores socioculturales* —como los llama Martín-Barbero (1998:xxi)— muestran un "lento alumbramiento de nuevas esferas de lo público y formas nuevas de la imaginación y la creatividad social". Es decir, flamantes formas de representatividad, de negociación entre el "yo" y el "nosotros", de participación, esto es, de hacerse sentir y escuchar en defensa de intereses, objetivos y compromisos compartidos en una lucha por la comunidad —razonada no sólo como noción territorial, sino también como agrupamiento y espacio de pertenencia e identificación simbólica—, por la región y por el país.

La ciudadanía, por lo tanto, se refiere a la preocupación y disputa por el terreno de lo c*omún* (lo público), comprometiendo la manera cotidiana de vivir en sociedad y, asimismo, el reconocimiento y la preocupación por el *otro* ya que hay algo común que une, aunque esto albergue conflicto y desigualdad social. Por eso es que ciudadanía —"en la medida en que tiene mucho que ver con la visibilidad, con el interés común, con las imágenes comunes, con la idea de movimiento que 'hace lío', que mueve a la gente" (Alfaro, 1999a:9)— se relaciona directamente con democracia. Y una verdadera democracia es aquella que permite y faculta la permanente *participación*[7] de los ciudadanos en la toma de decisiones y en la construcción de *lo público*.

Esta situación supone profundos cambios que deben ser adecuadamente impulsados y fortalecidos tanto desde el Estado, las organizaciones no gubernamentales (ONGS) y las organizaciones de base, como desde los medios de comunicación social —referentes primordiales en las sociedades fin de siglo[8]—, para lograr que el conjunto de los ciudadanos pueda asumir plenamente sus derechos y deberes como mecanismos de participación democrática y responsable.

---

[7] En palabras de Juan Somavía, citado por Bordenave (1995:14), "*el único código de conducta posible es el establecimiento de estrategias alternativas de desarrollo sobre la base de una democratización real de la sociedad y fundadas en formas de organización social en donde la participación sea una característica generalizada*."

[8] Jesús Martín-Barbero (1998:xii) plantea que hoy la centralidad indudable de los medios "resulta desproporcionada y paradójica en países con necesidades básicas insatisfechas" como los nuestros, donde "la desigualdad atomiza nuestras sociedades deteriorando los dispositivos de *comunicación*, esto es cohesión política y cultural." No obstante, Martín-Barbero (:xiii) no puede dejar de pensar en el lugar estratégico que ha pasado a ocupar la comunicación "en la configuración de los nuevos modelos de sociedad, y su paradójica vinculación tanto al relanzamiento de la modernización —vía satélites, informática, videoprocesadores— como a la desconcertada y tanteante experiencia de la tardomodernidad [que ahora habitamos]."

## B. LAS RADIOS POPULARES EN LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

En este contexto, volcamos nuestra mirada hacia *lo popular* en sus dimensiones comunicacional y cultural, que de acuerdo con Erick Torrico Villanueva (2000) es aún un territorio virgen para la indagación sistemática. Esta aproximación científica a *lo popular comunicacional* —con su historicidad, alteridad y politicidad— permite "definir líneas de actuación capaces de potenciar los esfuerzos para construir una sociedad de democracia ampliada y con probabilidades de futuro en la nueva realidad mundializada" (:8).

Y en esta lógica de trabajo, se rescata el *movimiento de radios populares* que en estos tiempos se ubica en el marco de este proceso como consecuencia de su propia trayectoria y experiencia acumulada, y de su estratégica transformación "sin abandonar el sueño original: ser medios donde el pueblo tenga voz propia, ejercitando sus posibilidades y capacidades de protagonismo social" (Mata, 1993:7). Son estos medios populares los que se convierten en espacios de *participación ciudadana* donde, como menciona la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC, 1997:4), se expresan todas las voces y se defiende la diversidad de idiomas y culturas, el derecho a ser y pensar diferente, a tener gustos y aspiraciones distintas; todos ellos imperativos para la democracia.

En la gestación del fenómeno de las radios populares —y de los medios masivos de comunicación, en general— como las nuevas instancias de representación y de participación en los años ochenta y noventa inciden, como apuntan Claudia Villamayor y Ernesto Lamas (1998:220), una serie de factores que se podrían resumir de la siguiente manera:

- ***a)*** el abaratamiento de los costos tecnológicos y el acceso a nuevas formas de emitir;
- ***b)*** la crisis de los sectores de delegación y representación política clásica, como pueden ser los partidos y los sindicatos;
- ***c)*** una nueva conciencia sobre los medios, como un espacio de articulación de lo público;
- ***d)*** la necesidad creciente de expresión de las mayorías y minorías sin acceso a medios de comunicación, y su reivindicación del derecho a la comunicación, de libre expresión de ideas, de difusión de información.

Estas experiencias de radio popular son las que, como explica Adalid Contreras (1999:12), se constituyen en una "expresión real de la democracia hecha comunicación y de la democracia construyéndose con la comunicación". Definitivamente en esta perspectiva juegan un rol

preponderante las características básicas que identifican a estas prácticas comunicacionales:

> ***a)*** *legitiman sus propuestas radiofónicas* en la medida que las audiencias se reconocen en ellas y se hacen visibles en el mundo;
> ***b)*** *establecen la realidad*, la enriquecen con la pluralidad de situaciones de vida presentes en la identidad multicultural de nuestros países; y
> ***c)*** *representan a la ciudadanía*, mediando entre ella y el poder, otorgándole a la política y a la democracia nuevos actores y nuevas formas de construir poder (Contreras, 1999:16).

Por lo tanto, aquí se habla de "esas —como testifica Jesús Martín-Barbero (1998:xxii)— 'nuevas maneras de estar juntos' en las que se recrea la ciudadanía y se reconstituye la sociedad" desde la diversidad de propuestas, experiencias y estéticas de las radios populares en la construcción de una sociedad más justa y democrática a partir del derecho a la comunicación. Es desde estas lecciones y esperanzas que avizoramos el nuevo siglo.

Sin embargo, toda esta labor no tiene sentido si no se la reflexiona críticamente a partir de procesos de investigación, que impliquen sistematización, evaluación y propuesta. Por ello, el presente libro busca rescatar el rol mediador de las radios populares en la gestación de ciudadanías en ámbitos locales a partir de una práctica investigativa en una de las más importantes redes que aglutina a estos medios en Bolivia, que a juzgar por Gregorio Iriarte y Marta Orsini (1995:97) es la *Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia* (ERBOL).

En consecuencia, esta indagación científica y social servirá a las radios populares —tanto de la Asociación ERBOL, como de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) como entidades más representativas de estos medios en el ámbito latinoamericano y mundial, respectivamente— para que evalúen su labor y adquieran un perfil más claro y definido en la perspectiva de trabajo ciudadano que permita hacer posible la *democratización de la comunicación y de la sociedad*.

Como dice Martín-Barbero (1998:xv), esta utopía es posible en un trabajo en la propia trama cultural y comunicativa de la política, pues "ni la productividad social de la política es separable de las batallas que se libran en el terreno simbólico, ni el carácter participativo de la democracia es hoy real por fuera de la escena pública que construye la comunicación masiva." De esta suerte, la búsqueda de espacios de democratización va estrechamente articulada con el diseño y ejecución de *políticas ciudadanas de comunicación*.

Este enfoque de las políticas de comunicación ha sido propuesto por Virginia Piérola y Adalid Contreras, en 1998. En su planteamiento central, estos autores recuperan la participación ciudadana como pleno ejercicio del *derecho a la comunicación*, en su doble dimensión de acceso (a la propiedad, tecnología, producción y recepción activa) y expresión. Así, se reconoce y fortalece la interlocución, deliberación, participación y protagonismo de la ciudadanía, empoderándola en la perspectiva de democratizar la sociedad. Esto sólo será posible, establece Contreras (1999:44), si se involucran y articulan a tres actores, respetando y valorizando su carácter multicultural: "el *rol dinámico de la ciudadanía; el rol promotor del Estado; y el rol vigilante de los medios*."

Este carácter multicultural recupera la diversidad y heterogeneidad como movimientos de potenciación de las diferencias en una constante alteridad con los otros, "lo que implica un ejercicio constante de reconocimiento a la identidad de los otros como potencial enriquecimiento de la propia" (Contreras, 2000:74). De esta suerte, se profundiza la democracia y el desarrollo sobre la base de una ética fundamentada en la solidaridad, que lucha contra la exclusión social, política y cultural.

La reflexión e investigación que se plasma en este libro pretende mostrar nuevas formas y alternativas en que los medios de comunicación identificados con una línea de trabajo educativo y popular, puedan potenciar su funcionamiento y apoyar el ejercicio responsable de la ciudadanía, es decir, la participación real y activa de las personas —especialmente, los hombres y mujeres más pobres, desfavorecidos y excluidos— en la construcción de la sociedad y en su transformación.

Por otra parte, es necesario mencionar que esta línea de trabajo en la que se inscriben las radioemisoras populares de la Asociación ERBOL está siendo apoyada y reforzada por el programa *Fortalecimiento de la Participación Popular*[9], que se lleva a cabo por ERBOL desde 1997 con el apoyo de la Fundación Intermón, de España, y el Proyecto Desarrollo Democrático y Participación Ciudadana (DDPC[10]), de USAID en Bolivia.

---

[9] Este programa se planteó como objetivo fundamental "Apoyar y fortalecer los mecanismos de participación ciudadana responsable y democrática en la gestión municipal y desarrollo local promoviendo y acrecentando las destrezas y capacidades de hombres y mujeres —especialmente de los sectores pobres más vulnerables— para que puedan asumir plenamente sus derechos." Para cumplir este cometido el programa desplegó una estrategia educativa que combina técnicas de discusión pública (seminario y foro-panel), cursos de capacitación (taller) y producción-difusión de programas radiofónicos educativos sobre la temática de la participación popular y ciudadana.

[10] El proyecto DDPC trabaja con el Ejecutivo Municipal, el Concejo, el Comité de Vigilancia, las Organizaciones Territoriales de Base y la ciudadanía en general para establecer mecanismos de planificación, gestión y control. Colabora, en coordinación con los organismos electorales u

## C. EL PROBLEMA QUE GUIÓ EL ESTUDIO

Tomando en cuenta todas las consideraciones previas, este libro se interesa por el estudio del *rol mediador de las radios populares en la construcción de ciudadanías en y desde espacios locales*. En esta dirección, el interés investigativo estuvo puesto en comprender, caracterizar y correlacionar los ámbitos comunicativos generados por estas emisoras en su potenciamiento como espacios públicos gestores de ciudadanías, a saber: el discurso radiofónico, la oferta informativa noticiosa, la incidencia en la opinión pública y la participación radial de los oyentes.

La práctica investigativa se ejecutó con los emisores (radialistas y reporteros populares) de las siguientes radioemisoras afiliadas a la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL): Santa Clara (Sorata, La Paz), Sariri (Escoma, La Paz), Chaka (Pucarani, La Paz), San Gabriel (La Paz, La Paz), Yungas (Chulumani, La Paz), Pío XII (Oruro, Oruro), Horizontes (Huanuni, Oruro), Don Bosco (Kami, Cochabamba), Esperanza (Aiquile, Cochabamba), ACLO (Sucre, Chuquisaca) y San Miguel (Riberalta, Beni). También, se trabajó con los receptores, vale decir, poblaciones del área urbana de los municipios donde funcionan estas emisoras: Huanuni, Sorata, Aiquile, Riberalta, Chulumani y Pucarani.

El fenómeno fue estudiado entre el mes de agosto y octubre de 1999, período en el que se aplicaron las técnicas de investigación entre la población objetivo, por lo que los datos recogidos corresponden a esa temporalidad.

## D. VALOR POTENCIAL DEL ESTUDIO

### 1. Valor teórico

Si bien la noción de ciudadanía es abordada hoy desde diferentes campos del conocimiento, el presente libro ofrece un acercamiento teórico y empírico a ésta desde el campo de la comunicación, particularmente a partir del medio radiofónico con características populares. Con todo, no se puede dejar de lado el aporte comunicacional que brinda esta práctica investigativa al tratamiento interdisciplinario que se le viene proporcionando al tema.

---

organizaciones sociales, en la promoción de la carnetización, la inscripción en el Registro Cívico Electoral y el ejercicio del sufragio. Promueve, también, el acercamiento entre los representantes nacionales y los municipios para el conocimiento y la cooperación mutua. Asimismo, coopera con Organismos No Gubernamentales (ONGS), Instituciones Privadas de Desarrollo Social (IPDS) e investigadores, que permiten profundizar, sostener y replicar los procesos y procedimientos más efectivos del DDPC.

Se fundamenta lo anteriormente mencionado en la medida en que en este libro se realiza un abordaje integral del proceso de comunicación radiofónica, lo cual supone un acercamiento —por medio de técnicas cuantitativas y cualitativas— tanto a los emisores como a los receptores, e inclusive al mensaje que circula por estos medios. Esto se llevó a cabo en diferentes contextos de la realidad boliviana en el marco de trabajo de una Asociación reconocida a escala nacional e internacional por su trayectoria de más de 30 años en el campo de la comunicación educativa para el desarrollo humano con una clara opción por los pobres.

Por otro lado, los resultados y las conclusiones a los que se arribaron con esta investigación sugieren una serie de postulados, recomendaciones e hipótesis que pueden ser abordadas en futuros trabajos y debates académicos y, así, seguir ahondando el conocimiento de las profundas relaciones entre la comunicación, la cultura y la política desde el abordaje de la ciudadanía, que en América Latina cobra particular trascendencia.

También, esta labor científica desea contribuir a la comprensión de la trama comunicacional y educativa que vienen llevando a cabo las radios populares en el fortalecimiento de la Participación Popular desde espacios locales (municipios y comunidades campesinas). Este entendimiento —aún parcial— es requisito fundamental para iniciar o mejorar proyectos de desarrollo democrático y participación ciudadana que sean coherentes y, sobre todo, viables en la mejora de la calidad de vida digna de los hombres y mujeres a los cuales nos debemos con nuestra labor comunicacional y educativa para el desarrollo humano.

### 2. Utilidad metodológica

En función de la naturaleza del problema planteado, esta investigación social combinó de manera vinculada y complementaria la utilización de enfoques metodológicos cuantitativos (encuesta, análisis de discurso) y cualitativos (debate grupal).

Además, se propone una reciente técnica de investigación cualitativa que aprovecha la dinámica de grupo para estimular y permitir la participación amplia de los participantes con el fin de lograr que las personas involucradas produzcan —de forma estructurada y con la ayuda de un conductor-facilitador— información variada, matizada y profunda sobre ciertos hechos, situaciones o prácticas de su experiencia como emisores de radio: esta técnica es el *debate grupal*.

En este sentido, esta experiencia investigativa pionera en el ámbito de la comunicación radiofónica —con la particularidad y trascendencia que cobra

el movimiento de radios populares en Bolivia y Latinoamérica— y la promoción de ciudadanías podrá ser utilizada como guía para futuros estudios que deseen profundizar estos aspectos en diferentes medios masivos de comunicación y sectores de la sociedad.

### 3. Implicaciones prácticas

Para tener una visión global e íntegra de lo que es el quehacer radial (producción, planificación, investigación, seguimiento, evaluación, formación) y poder enfrentar mejor nuestras respectivas prácticas, este libro espera colaborar en los siguientes aspectos prácticos:

- El diseño e implementación de estrategias de comunicación y ciudadanía que partan del conocimiento y expectativas de las poblaciones urbanas de los diferentes municipios de Bolivia. Estas estrategias no pueden dejar de lado los medios masivos —particularmente las radios populares—, que podrían iniciar sistemáticamente procesos comunicativos con intención formativa en un marco de trabajo interinstitucional.

- Por lo tanto, la elaboración de propuestas y productos comunicacionales y educativos (pedagogía de la comunicación) que permitan a los sujetos formarse una conciencia de sí mismos, integrarse responsablemente a la sociedad, reconocer los problemas existentes y su capacidad para resolverlos, establecer movimientos plurales de presión social en busca de causas justas, afirmar su autoestima ayudando al reconocimiento del propio valor como ciudadano.

- Esto supone que los emisores adquieran y desplieguen nuevas estéticas y rutinas de producción a través de la implementación de actividades sistemáticas y permanentes de capacitación presencial y a distancia. Este trabajo de investigación aporta algunos ejes temáticos y metodologías al respecto.

- La creación de agendas públicas por parte de las emisoras populares para incidir en la opinión pública local, regional y nacional con temáticas y problemáticas que sean analizadas y decididas —en instancias públicas de diálogo y debate con autoridades, instituciones y organizaciones— en el marco del desarrollo humano sostenible, especialmente de los sectores pobres más necesitados. Esto, sin duda, aportará a la creación del interés común con asiento en la solidaridad y reciprocidad de nuestros pueblos.

- Propender al control ciudadano organizado sobre los medios masivos de comunicación, para que éstos puedan asumir responsablemente una ética de servicio y una labor de constitución de ciudadanos responsables y críticos.

## 4. Relevancia política

Se considera que con un conocimiento adecuado y una valoración del trabajo de los medios populares, las acciones estatales, municipales, institucionales y no gubernamentales podrán comprender, dirigir y promover de manera cabal —y en permanente diálogo con la sociedad civil— el sentido y los alcances de la Participación Popular y el desarrollo humano sostenible que tanto predican.

Las páginas que vienen a continuación desean contribuir como elemento de apoyo para que el reconocimiento cultural y político desde el Estado hacia la sociedad civil se traduzca en políticas y acciones sistemáticas y concretas, fundamentalmente culturales, comunicacionales y educativas que en la diversidad y el conflicto planteen esperanzas y utopías realizables para seguir caminando.

Si bien este trabajo se inicia como una tesis para la Maestría de Comunicación y Desarrollo de la Universidad Andina Simón Bolívar, oficina de La Paz, en el camino de su consideración pública, sufre una serie de ajustes, para brindar al lector las corrientes más recientes que abordan el tema.

Para lograr el propósito mencionado, esta obra se estructuro en tres partes. La primera corresponde a un análisis de las corrientes teóricas más recientes que se aproximan al tema de la ciudadanía (capítulo I), con incidencia en sus relaciones constitutivas en su desarrollo y labor de educación ciudadana en una perspectiva crítica de la modernidad (capítulo II) y luego, para una auténtica comprensión y valoración de este tema en Bolivia, se esboza la trama histórica de lucha por la conquistan de la democracia, rescatando y valorizando la Participación Popular en la potenciación de ciudadanía (capítulo III).

La segunda se ocupa de precisar el significado de las radios populares en la actualidad (capítulo IV) y, también, de analizar los ámbitos comunicativos que despliegan en su quehacer habitual, como potenciales procesos complementarios que influyen, orientan, contribuye e intervienen- de diversas maneras y grados- en la gestación de la ciudadanía (capítulo V). La última parte esta dedicada a examinar el sustrato de la Asociación

ERBOL en su labor de comunicación educativa para el desarrollo (capítulo VI), con un aterrizaje en las particularidades de sus radio emisoras asociadas y abordadas por el presente estudio (capítulo VII), incidiendo en su discurso y oferta informativa (capítulo VIII), y en su abordaje a la opinión pública en la generación de participación social (capítulo XI); esta tercera parte concluye en el bosquejo de una serie de factores que colaboran a los emisores en el diseño de sus estrategias de comunicación ciudadana (capítulo X).

Luego, el epilogo se dedica a exponer las conclusiones, siempre provisionales, y algunas recomendaciones para optimizar el afán de profundización democrática a partir de la práctica radiofónica popular. Finalmente, se detalla las fuentes de información que se aprovecho para el tratamiento del problema y se expone la estrategia metodológica (anexo) que permitió su abordaje científico.

# Primera parte:

## Tras las huellas de la ciudadanía

## Capítulo I

### Ciudadanía: equidad en la diferencia

Generalmente andamos con una "visión de carro". Vemos los edificios, los árboles, la gente, el asfalto. Si te montas en un avión, contemplas en miniatura el panorama completo: el pueblo, las carreteras, los edificios.
El arte de la vida no es tener ni visión de carro ni de avión, sino de helicóptero, que permite bajar y subir a conveniencia y poder armar una visión más exacta, combinando el detalle con la panorámica general.
El certificado con derecho a jugar permite para siempre caminar en la lluvia, saltar en charcos de fango, detenerse a lo largo del camino, construir castillos de arena, contemplar la luna y las estrellas, mantener el corazón risueño, hacer tonterías, tomar baños de burbujas, abrazarse y besarse, bailar, volar cometas, reír y llorar, caminar sin rumbo definido, mantenerse inocente, montar bicicleta, soñar despierto.

*Estrella Di Mattia*

El protagonismo o antagonismo en los cambios estructurales no viene sólo por designio de clase, es algo que también se construye a partir de un proceso complejo, donde la decisión ética/política de cada ciudadano en relación a la alteridad es lo que definirá, en el fondo, identidades que dentro de su diversidad y pluralidad, asuman como un área sustantiva la acción pública.

***Luis Ocarranza y Roberto Antillón***

## A. UTOPÍAS DE CIUDADANÍA

La ciudadanía es la base política de la democracia y la condición del hombre moderno, que se caracteriza por ser una persona con derechos y responsabilidades en su relación con un determinado Estado y comunidad política. En esta dirección, Adela Cortina[11] reúne y estudia las distintas dimensiones que implica este concepto: política, social, económica, civil, intercultural e, incluso, cosmopolita. Cortina trabaja una ciudadanía plena que integra un *status legal* (conjunto de derechos), un *status moral* (conjunto de responsabilidades) y también una *identidad* por la que una persona se sabe y siente perteneciente a una sociedad (ciudadanía intercultural), con un mínimo de *bienes sociales* (ciudadanía social) y una participación activa en los *bienes materiales* (ciudadanía económica).

En efecto, Cortina propone una ciudadanía que representa un lazo de unión, un punto de contacto entre la *razón sentiente* de los seres humanos —ya que cada persona es unión de intelecto y deseo, de razón y sentimiento— y las normas y valores que se tienen por humanizadores, de modo que la ciudadanía pueda sintonizar con los “sentimientos racionales” de pertenencia a una comunidad y de justicia de esa misma comunidad.

### 1. Ciudadanía política

La historia del concepto de *ciudadanía* se genera en el ámbito político de Grecia hace al menos veinticuatro siglos y paulatinamente se extiende a otras esferas sociales para señalar que, principalmente, los afectados por las decisiones que en ellas se toman son los actores protagonistas y no los “súbditos” que acatan pasivamente las leyes y “castigos” que pesan sobre ellos.

---

[11] Véase *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*, Alianza Editorial, Madrid, 1997, pp. 265.

La *ciudadanía política* se establece en el vínculo político entre el individuo y la comunidad política. Por lo tanto, la ciudadanía es el reconocimiento oficial de esa integración, en la cual el ciudadano se convierte en miembro de pleno derecho de un Estado nacional al cual le debe lealtad permanente. Esta relación otorga al ciudadano una identidad o identificación nacional que lo aproxima a sus semejantes —los que gozan de una misma ciudadanía— y lo separa de los diferentes.

Esta concepción de la ciudadanía como relación política parte de una doble raíz que origina a su vez dos tradiciones (tabla 1-1). La siguiente tabla resume ambos aspectos:

**Tabla 1- 1**

| CIUDADANÍA POLÍTICA | | |
|---|---|---|
| ***Raíz*** | Griega | Romana |
| ***Época de nacimiento*** | Siglo V y IV a.C. | Siglo III a.C. hasta I de nuestra era |
| ***Tradición*** | Republicana | Liberal |
| ***Eje*** | Político (*polites griego*) | Jurídico (*civis latino*) |
| ***Concepción del hombre*** | *Zoon politikon* (animal político) | *Homo legalis* |
| ***Concepción de política*** | Ámbito en el que los hombres buscan conjuntamente su bien | Medio para poder realizar en la vida privada los propios ideales de felicidad |
| ***Modelo de democracia*** | Democracia participativa: fomentar participación ciudadana desde los ayuntamientos o subunidades autonómicas | Democracia representativa: el poder político se ejerce a través de representantes elegidos y no de forma directa |
| ***Noción de democracia*** | "Gobierno del pueblo" | "Gobierno querido por el pueblo" |
| ***Concepción de ciudadanía*** | - Participación activa en la comunidad política<br>- Modo de ser libre[12]<br>- Vínculo que pide responsabilidades<br>- Exigencia de implicación política | - Estatuto jurídico<br>- Protección legal<br>- Base para reclamar derechos |
| ***Perfil del ciudadano*** | Ciudadano participativo: miembro libre e igual de una comunidad política que participa directa y activamente en la legislación y administración del país, deliberando junto a sus conciudadanos sobre cuestiones públicas (asuntos comunes) y buscando el bien común para alcanzar una vida digna | Ciudadano legal: miembro de una comunidad política que actúa bajo la ley y espera la protección de sus libertades individuales |

[12] En la Atenas de Pericles no se consideraban ciudadanos a los esclavos, metecos, niños y mujeres. Sólo los varones adultos y libres —considerados como ciudadanos exclusivos— podían ejercer cargos públicos y acudir a la Asamblea para deliberar y tomar decisiones conjuntamente sobre la organización de la vida de la ciudad.

Más tarde, en los siglos XVII y XVIII —especialmente con la influencia de la revolución Francesa y el nacimiento del capitalismo— se legitima la existencia del *Estado*[13] *nacional*[14], que como guardián de la sociedad civil sienta sus bases en la libertad (hombre), igualdad (súbdito), solidaridad (fuerza emocional que liga en una identidad común), independencia (ciudadano), nacionalidad (tradiciones y cultura compartidas) e historia (memoria colectiva).

La Revolución Francesa marca en la historia de la humanidad un enorme progreso de la civilización, dando inicio a la Edad contemporánea. Esto se debió a que entre mayo y octubre de 1789, la crisis ideológica, política y económica de Francia hizo posible la trasgresión del orden establecido, llamado el "Antiguo régimen". El absolutismo Monárquico terminó por ceder el paso a la soberanía nacional y a los ideales de libertad e independencia. Las "ordenes" que constituían tradicionalmente la sociedad francesa- los privilegiados en derechos: la nobleza y el clero; y los plebeyos: el estado llano o el tercer estado, rural en su gran mayoría, representaba mas del 90% de la población-fueron abolidas.

El 26 de agosto de 1791, la Asamblea Nacional Constituyente votó, aprobó y publicó la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano. Esta proclamo, conforme al espíritu de la ilustración, los derechos naturales e imprescriptibles de todas las personas del mundo. Entre algunos de los 35 artículos de esta Declaración, se encontraba la soberanía de los pueblos, igualdad ante la ley, igualdad ante el impuesto,, libertad de cultos, libertad de pensamiento, libertad de prensa, libertad de trabajo, derecho de propiedad, seguridad personal, inviolabilidad de propiedad, libertad de reunión, resistencia a la opresión. En estos principios quedo consagrado el lema que encauzo la Revolución: Libertad, igualdad y fraternidad-o "solidaridad" como se lo piensa aquí.

Sobre esta declaración, Larousse S.A. (1999:1420) amplía lo siguiente:

> La idea central era la libertad física de las personas, de opinión de culto, de expresión, de reunión y asociación. A continuación venía la igualdad "natural", jurídica que rechazaba los privilegios de nacimiento. (…) Pero la declaración ponía límites a la igualdad al reconocer las "distinciones sociales" desde el artículo 1,

[13] El Estado es considerado como una forma nuclear de ordenamiento político, una unidad administrativa que posee soberanía en un territorio (unidad del mandato), centraliza el poder y tiene el monopolio de la violencia legítima.

[14] La Nación es una comunidad compuesta por un conjunto de personas que comparten por naturaleza una raíz común (costumbres, lengua, historia, tradición, territorio, símbolos) y la voluntad de prestar una base de lealtad a un determinado Estado: sentimiento nacional sentido.

mientras que el artículo 6 separaba a los hombres según sus “capacidades, virtudes y talentos”. El derecho de asociación se suscribía alas agrupaciones no profesionales, pues el texto fue obra de los burgueses, hartos de los reglamentos de gremios y corporaciones.

La aparición de este Estado moderno sienta las bases para el actual concepto de ciudadanía. Ciudadano, por tanto, es el miembro pleno derecho de un Estado, hecho por el cual cobra su nacionalidad (estatuto legal).

Otro hito trascendental en la historia de la humanidad es la *Declaración Universal de Derechos Humanos*, aprobada y adoptada por 48 Estados en la Asamblea general de las Naciones Unidas en su resolución 217 A (III), el 10 de diciembre de 1948. Dicha Declaración considera que la libertad, la justicia y la paz en el mundo, tienen por base el reconocimiento de la dignidad y los derechos (sociales, económicos, culturales, civiles y políticos) iguales e inalienables de todos los «miembros de la familia humana». El desconocimiento y el menosprecio de este principio origino, a juzgar por esta Declaración, «actos de barbaría ultrajantes para la conciencia de la humanidad». En consecuencia, proclama como ideal común que todos los pueblos y naciones deben promover, reconocer y aplicar los derechos y libertades registradas en la misma.

En este Continente, no se puede dejar de aludir a la *Convención Americana* sobre *Derechos Humanos* «Pacto de San José de Costa Rica», a probada en la conferencia de Estados Americanos el 22 de noviembre de 1969. Los signatarios de la misma reafirmaron su propósito de consolidar un régimen de libertad personal y justicia social, fundado en el respeto de los derechos esenciales del hombre, atributos de la persona humana, tanto en el ámbito universal como regional. En Bolivia, se aprueba y ratifica esta Convención mediante la Ley No.1430 de 11 de febrero de 1993.

Javier Protzel (1995:150) menciona que hoy en día se presencia una época de repliegue de la ciudadanía política que se manifiesta en el auge de los liderazgos independientes/personalistas —más que de los partidos políticos—, el receso de la militancia activa de base, las elevadas tasas de abstención electoral, la poca o nula voluntad colectiva de participar (sociedad desmovilizada). Estos fenómenos parecen enmarcarse en un proceso más general de “desafección y despolitización de la ciudadanía, y de agudización de problemas de representación y legitimidad en la relación entre dirigentes y dirigidos”, en un clima donde la corrupción ha adquirido visibilidad pública (Calderón *et.al.*, 1996:53).

Fernando Calderón *et.al.* (1996:53) corrobora la caída de la centralidad de los partidos políticos, al mencionar que éstos están "afectados por la desvalorización de su espacio público por excelencia (el departamento), así como por la perdida de importancia de los parlamentarios y de la relación elector/elegido". Asimismo, estos partidos políticos —nos mencionan los autores citados— ya no aparecen como portadores de grandes relatos y proyectos de largo alcance y, además, por las propias características que adoptan en los últimos años, no parecen constituir un espacio de ciudadanía, de formación cívica y de ámbito de sociabilidad pública.

### 2. Ciudadanía social

En las últimas décadas del siglo XIX hubo una conversión de la concepción del Estado nacional en *Estado del bienestar*[15], conocido también como Estado-providencia o Estado benefactor. Desde esta perspectiva, ciudadano es aquella persona que en una comunidad política goza no sólo de *derechos civiles* (libertades individuales) y *derechos políticos* (participación política), sino también de *derechos sociales* —que permiten a los ciudadanos ejercer sus otros derechos— tales como el trabajo, educación, ingreso básico, vivienda, salud, prestaciones sociales en tiempos de especial vulnerabilidad (por ejemplo, jubilación). Distribuirlos a todas las personas, "porque son dueñas de tales bienes, es el primero y más elemental principio de justicia" (Cortina, 1997:257-258).

Como afirma Adela Cortina (1997:87), el Estado del bienestar confundió la satisfacción y protección de esos derechos básicos con la de los deseos psicológicos —o sea, el bienestar— de los individuos que son infinitos. En consecuencia, se hace necesario —continúa Cortina— un *Estado social de derecho* que defienda y asegure universalmente los *mínimos de justicia* y se sustente en los principios de libertad, igualdad e independencia, esto es, que satisfaga ciertas necesidades básicas y el acceso a ciertos bienes fundamentales como la responsabilidad social, que no puede quedar exclusivamente en manos privadas.

[15] El Estado del bienestar, que nace con las políticas sociales implantadas por la Alemania de Bismarck en la década de 1880 para el bienestar colectivo de los trabajadores, plantea como sus funciones principales la intervención en el mercado, política de pleno empleo, sistemas de protección al ciudadano ("democracia como protección"), institucionalización de ayudas para los que no están en el mercado de trabajo e institucionalización de la solidaridad (buena voluntad).

La gestión correcta y la protección plena de los derechos humanos económicos, sociales y culturales "es indispensable para que las personas se sepan y sientan miembros de una comunidad política, es decir, ciudadanos, porque sólo puede percibirse como parte de una sociedad quien sabe que esa sociedad se preocupa activamente por su supervivencia, y por una supervivencia digna" (Cortina, 1997:66-67). Si un Estado de justicia se pretende legítimo, ésta se constituye en una exigencia ética básica a la que se debe responder y procurar para todos los miembros de la comunidad.

De ahí que el concepto de ciudadanía social plantee —y esto es muy importante tomar en cuenta— una dirección doble: de la comunidad política hacia el ciudadano y del ciudadano hacia la comunidad política, donde aquél contrae unos deberes y asume activamente sus responsabilidades, y aquélla demuestra por su propia justicia que le reconoce como miembro suyo (reconocimiento de la pertenencia) defendiendo sus derechos indispensables para llevar adelante una vida humana digna.

### 3. Ciudadanía económica

Para que los miembros de una sociedad se sientan suyos es fundamental garantizarles el ejercicio de una *ciudadanía económica* activa y responsable, asegurando que participen de un modo significativo en la toma de decisiones económicas que les afectan. Así, se constituye en *ciudadano económico* —"habitantes del mundo de la empresa", como los llama Cortina— cada uno de los afectados por las decisiones empresariales que se sabe y siente miembro integrante de una determinada empresa, parte fundamental de un proyecto compartido y que, por lo tanto, se asume a sí mismo como sujeto protagonista y corresponsable de las actividades emprendidas por ésta.

Una de las corrientes de pensamiento que inspira esta dimensión económica de la ciudadanía es la *ética discursiva* (*ética del discurso*), la cual exige —siguiendo a Jürgen Habermas, citado por Adela Cortina (1997:101)— "que la constitución económica y las normas empresariales se decidan dialógicamente, teniendo por interlocutores [válidos] a todos los grupos de afectados[16]." Lo que se plantea aquí es que las normas, regulaciones e instituciones que se consideran legítimas, válidas y justas

---

[16] Esto plantea el principio de la ética discursiva esbozado por Jürgen Habermas, según el cual, "toda persona es un interlocutor válido y ha de tenerse en cuenta al decidir normas que le afectan" (Cortina, 1997:173).

son aquellas con las que podrían estar de acuerdo todos los posibles afectados, tras un diálogo celebrado en condiciones de simetría, teniendo en cuenta no los intereses de un grupo o sector, sino los *intereses universalizables* ("lo que todos podrían querer").

La otra corriente que ayuda a constituir la ciudadanía económica es el *capitalismo de los afectados* (*stakeholder capitalism*), que plantea que se deben satisfacer no sólo los intereses de los accionistas, sino también de los distintos grupos implicados directa e indirectamente por la actividad empresarial, a los cuales se les reconoce legítimamente el poder para tomar decisiones. Se trata, pues, del paso de una cultura del conflicto a la cultura de la cooperación asentada en la integración de los asuntos de todos en un objetivo común.

En esta dirección, se plantea toda una concepción renovada de la empresa, que se constituye en "ciudadana" cuando se la entiende como un grupo de personas que satisface necesidades humanas con calidad para la obtención de bienes no sólo tangibles (por ejemplo, dinero) sino, además, intangibles (armonía, cooperación, responsabilidad social), adquiriendo legitimidad social y generando credibilidad en su entorno y entre sus miembros: cultura de la credibilidad y la confianza.

Esta nueva forma de comprender la empresa se relaciona con una reconfiguración ética del mundo laboral, que se apoya en la satisfacción de los intereses de los públicos, en una trama organizativa moralmente correcta, en una preocupación constante por los beneficios y consecuencias de sus acciones y en la inquietud constante de lograr el mayor bien posible para todos.

Para Alfaro (1995:110), en la actualidad se está viviendo una *fase paradójica* que se caracteriza por la hegemonía del mercado en el ámbito económico[17]. Esta situación —explica Alfaro— ha llevado a considerar la ciudadanía en el exclusivo ámbito económico neoliberal, entonces, "comprar a crédito o participar en los procesos de venta y adquisición de las empresas del Estado, resulta ser un hecho ciudadano suficiente para reordenar la vida y la cultura de la gente." Se equipara, así, ciudadanía con consumo. Javier Protzel (1995:158), Fernando Calderón *et.al.* (1996:54)

[17] Para Manuel Antonio Garretón (1995:99), en nuestro continente asistimos en los últimos años al paso de las economías nacionales a economías de mercado más autonomizadas del Estado y más sometidas a las fuerzas de los mercados transnacionales (sistema mundial), a partir de la aplicación de procesos de ajustes estructurales, acompañado del aumento de la pobreza y la informalización de los empleos.

ratifican esta situación al tomar en cuenta la virtual asimilación y reducción del ciudadano a elector y consumidor/espectador.

Frente a esta posición, Néstor García Canclini (1995:196) plantea que cada vez menos las sociedades civiles aparecen como comunidades nacionales (unidades territoriales, lingüísticas y políticas), sino que se manifiestan más bien como *comunidades interpretativas de consumidores*, vale decir, "conjuntos de personas que comparten gustos y pactos de lectura respecto de ciertos bienes (gastronómicos, deportivos, musicales) que les dan identidades compartidas."

Lo que García muestra es que en América Latina la agrupación en torno a consumos simbólicos —expresada en grupos religiosos, conglomerados deportivos, solidaridades generacionales, gustos musicales, aficiones massmediáticas y otros movimientos sociales— puede generar "comunidades" imaginarias, donde los ciudadanos rehacen los vínculos sociales, comparten condiciones comunes y solidaridades colectivas. No se puede negar la importancia que cobran las asociaciones de consumidores en las luchas sociales, guiadas por la defensa de intereses compartidos.

### 4. Ciudadanía civil

Como bien muestra Adela Cortina (1997:134), "el ser humano no es sólo un sujeto de derechos de las dos primeras generaciones (ciudadanía política y social), y tampoco un productor de riqueza, material o inmaterial (ciudadanía económica). Es ante todo —asevera Cortina— *miembro de una sociedad civil*, parte de un conjunto de asociaciones no políticas ni económicas, esenciales para su socialización y para el cotidiano desarrollo de su vida."

Ciertamente, junto a la ciudadanía política, social y económica, se debe considerar la dimensión de *ciudadanía civil* por la que una persona pertenece y se integra espontánea, libre y voluntariamente a las comunidades y asociaciones civiles, consideradas como una potencial fuente de civilidad, solidaridad y participación social; y, asimismo, portadoras de un impulso ético que se expresa, según Cortina (1997:140), en tres lugares privilegiados: el tercer sector, las profesiones y la opinión pública.

El *tercer sector*, conocido también como *sector social*[18], es aquel en el que se realizan actividades sin ánimos de lucro con la meta de satisfacer algunas necesidades básicas y acrecentar de forma desinteresada la calidad de vida de las personas. Su labor no se reduce exclusivamente a cooperar para hacer que todas las personas sean partícipes de los bienes sociales materiales, sino que tiene —en la línea bosquejada por Cortina (1997:258)— "la intransferible tarea de contagiar sentido y esperanza, proporcionar consuelo y cariño, ofertar también, cuando se trata de un grupo creyente, la gracia divina."

Se incluyen en el tercer sector, entre otros, los nuevos movimientos sociales, las organizaciones no gubernamentales (ONGS), los grupos de voluntariado, las fundaciones, las organizaciones de justicia social, las organizaciones religiosas, las asociaciones cívicas o de vecinos, las organizaciones de derechos civiles, los grupos de mujeres, las organizaciones y asociaciones de padres y, como se apreciará en las próximas páginas, las radios populares.

Por otra parte, como bien muestra Max Weber citado por Cortina (1997:147), las palabras alemana (*beruf*) e inglesa (*calling*), que traducimos por *profesión*, muestran el sentido de vocación y de misión que ésta tiene. Y en este rumbo se consigue decir con Cortina (1997:149) que una profesión es una actividad humana social mediante la cual se presta un servicio —único, socialmente legitimado, claramente definido e indispensable— a la sociedad y se establece un compromiso con la gente sustentado en reglas y valores morales.

El experto en el saber correspondiente —es decir, el *profesional*— aspira como parte de la ética asumida en el ejercicio estable de su profesión a la excelencia, ya que pretende alcanzar en ella la virtud física (ser competente en las habilidades propias de la profesión) y la virtud moral (prestar servicio a la sociedad con el empleo responsable de esas habilidades).

Y, finalmente, Cortina explica (1997:161) que la *opinión pública* "hoy se revela como uno de los lugares más adecuados para ejercer la ciudadanía civil". En democracia los ciudadanos en su calidad tanto de gobernados

---

[18] Dada la complejidad de las cuestiones, el Estado no asume en su totalidad las tareas y retos sociales, sino que establece una política de atención social asumiendo su papel de protector de bienes básicos —por el que cobra su legitimidad— y se hace cargo de algunos servicios. De esta manera, las esferas política y empresarial no se desligan de su responsabilidad social, que les garantiza en mayor grado la productividad y la competitividad.

como de gobernantes ejercen públicamente su razón —cumpliendo con ello el deber moral de la civilidad[19]— para construir juntos un orden legítimo y justo, fundado en la voluntad racional de "lo que todos podrían querer" (intereses universalizables). De ahí que la opinión pública —compuesta por "ciudadanos cívicos" que ejercen su soberanía comunicativamente— represente el elemento mediador entre la esfera privada y la pública, entre la sociedad civil y el poder político.

Resumiendo con las palabras de Cortina (1997:173), la opinión pública trata, pues, "de un espacio público creado comunicativamente desde el diálogo de quienes defienden intereses universalizables, es decir, en el sentido de la ética discursiva antes expuesto."

## 5. Ciudadanía intercultural

La *ciudadanía intercultural* o *multicultural* es —de acuerdo con Cortina (1997:178)— un vínculo de unión entre grupos sociales diversos, "capaz de tolerar, respetar o integrar las diferentes culturas de una comunidad política de tal modo que sus miembros se sientan ´ciudadanos de primera`."

Esta noción de ciudadanía hace justicia para con la identidad de las personas, planteando la necesidad de construirla, fomentarla y mantenerla desde un *diálogo intercultural*, que permita aprender y entender los intereses de personas con distintos bagajes culturales, luchar por el reconocimiento de sus derechos, comprenderse a sí misma, buscar cooperativamente la verdad y la justicia y, en última instancia, descubrir nuestra riqueza humana, crecer personal y socialmente en humanidad.

Para llevar a cabo esta dimensión cultural de la ciudadanía se precisa, a juicio de Adela Cortina (1997:183), un proyecto de *ética intercultural*, que respete y posibilite activamente identidades culturales diversas, asegure una convivencia auténtica desde la diferencia (autenticidad personal y cultural), reconozca públicamente el valor de cada cultura para que las personas fortalezcan su identidad y crezcan su autoestima, acepte al "otro" (interlocutor) con su bagaje cultural como parte de un diálogo y construya desde todas las culturas una convivencia más justa y feliz.

[19] Cumplir con este deber moral, complementa Adela Cortina (1997:167), "consiste en intentar reforzar el consenso que ya existe en una sociedad democrática en torno a unos mínimos de justicia. (...) para reforzar con ello la cohesión de la comunidad política."

Renato Ortiz (1995:22) se cuestiona si en América Latina, donde tendemos a construir una ciudadanía volcada hacia el lado cultural, alguna vez desarrollamos una ciudadanía política, por lo menos en el pasado. La respuesta de Jesús Martín-Barbero (1998:2) será un "no" rotundo, ya que él defiende la tesis junto a Guillermo Bonfil de que no se asumió que en las culturas de los pueblos indígenas latinoamericanos había cultura política. Entonces, —dice Martín-Barbero— queda el reto de "cómo reintegrar a nuestras concepciones y a nuestras prácticas de democracia lo que todavía queda de cultura política en nuestras clases populares".

## 6. Ciudadanía cosmopolita

Uno de los primeros pasos en la conformación de esta aún incipiente ciudadanía cosmopolita fue la aceptación y firma de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos*[20], aprobada por 48 Estados en la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948. Mediante ésta, cada Estado miembro reconoce y se compromete a garantizar una serie de derechos ciudadanos universales.

Sin embargo, como acertadamente muestra Sinesio López Jiménez (1997:32), en la búsqueda de esta universalidad de la ciudadanía —afirmada en una dignidad igual para todos, la pertenencia a la misma comunidad política y el trato igual para todos a través de las mismas leyes— se homogeniza las diferencias, lo que termina produciendo ciudadanos de primera y segunda clase. La siguiente cita de López (:35) ayuda a despejar las dudas sobre la ciudadanía de primera y segunda clase, donde se percata un trasfondo que deje ver una relación inversa entre la pobreza y los niveles y la consistencia de la ciudadanía:

> En general, los ciudadanos de primera clase, sobre todo aquellos que tienen altos niveles de ciudadanía, acceden por igual a todos los derechos ciudadanos —civiles, políticos y sociales— y su capacidad de incidir en la reducción de la desigualdad de clase es más alta, mientras que los ciudadanos de segunda clase no acceden por igual al conjunto de los derechos ciudadanos, sobre todo a los derechos sociales, y su capacidad de cambiar las relaciones de desigualdad de clase es mucho menor.

Lo que en definitiva sugiere López es la combinación de los valores universales de la ciudadanía (ciudadanía universal), con la afirmación,

---

[20] La afirmación de los derechos en esta Declaración es, de acuerdo con López (1997:52), universal y positiva: "universal en el sentido de que destinatarios de los principios allí contenidos no son ya solamente los ciudadanos de tal o cual Estado, sino todos los hombres; positiva en el sentido de que pone en marcha un proceso en cuya culminación los derechos humanos no sólo serían proclamados o idealmente reconocidos, sino efectivamente protegidos".

reconocimiento y reivindicación de las diferencias (ciudadanías diferenciadas). En esta última perspectiva, los grupos excluidos y oprimidos de la sociedad —en el sentido que se adoptó en este libro para las culturas populares, como se verá en el siguiente capítulo— "serían incorporados a la comunidad política no sólo como individuos sino a través de sus respectivos grupos, y sus derechos dependerían, en parte, de su pertenencia a ellos" (López, 1997:115). Esta situación genera políticas diferenciadas por grupo de acuerdo con sus necesidades particulares y demandas inmediatas.

En el caso de la ciudadanía universal, Adela Cortina (1997) muestra que se debe fraguar —desde la "semilla de universalismo" entrañada en los seres humanos, capaz de obviar todas las fronteras— una *ciudadanía cosmopolita* en una suerte de república ética universal con la realización de mayor libertad, igualdad y solidaridad para todos los seres humanos (globalización ética): "un mundo en que todas las personas se sepan y sientan ciudadanas" (:251).

La construcción de esta *comunidad humana universal* solamente será posible a partir de la tarea conjunta, libremente asumida, por una causa común. Por tanto, concluye Cortina (1997:255), "para ser hoy un buen [y justo] ciudadano de cualquier comunidad política es preciso satisfacer la exigencia ética de tener por referentes a los ciudadanos del mundo." Esta causa común es para Fernando Calderón *et.al.* (1996:56) el compromiso ecológico global signado por la preocupación de la "salud del planeta", la misma que marca un tipo nuevo de ciudadanía de carácter universal y transcultural: una "ciudadanía planetaria".

Frente a este hecho, Néstor García Canclini (1999:117) presenta el problema de construir una *esfera pública transnacional* —no sólo a escala económica, como el Tratado de Libre Comercio— donde, por medio de acuerdos de intercambio que revaloricen el derecho a la palabra, todos los grupos entiendan lo mismo o algo equivalente o traducible cuando se habla de derechos y responsabilidades y, en última instancia, de ciudadanía.

Para lograr esto, García (1999) aventura "reinventar la política" que admita, comprenda, acepte y legitime a los otros en la multiplicidad de sus diferencias y que, asimismo, cree las condiciones para vivirlas en la ambigüedad. Por todo ello, el reto en palabras de este autor es "cómo articular en una noción interamericana o supranacional de ciudadanía identidades de diversa escala, no excluyentes" (:125).

Por su parte, Alfaro (1995) se pronuncia sobre una *ciudadanía del mundo* que lleva a pensar en ciudadanos sin centros fijos, en incesante tránsito y apertura (“ventanas y puertas abiertas”): “Es decir, que la ciudadanía puede ejercerse en muchas situaciones, ámbitos, temas, instituciones y lugares” (:116); lo que configura una nueva socialidad donde el compromiso con los otros es una costumbre y un valor interiorizado en cada sujeto y colectividad.

Así, Alfaro (1995:116) pone de manifiesto la solidaridad como parte constitutiva fundamental de la ciudadanía donde se requiere de los otros para establecer derechos, obligaciones y responsabilidades comunes que funden el progreso colectivo bajo el lema de “los otros están en cada uno”. Con sus propias palabras: “Se actúa en conjunto, se inaugura y reedita constantemente la búsqueda y el goce por lo común. La idea de comunidad está en todos y es omnipresente, habitando a cada individuo, escenificada y legitimada a través de los medios de comunicación.”

Lo que Alfaro espera es la constitución de una *cultura democrática* vivida como acto político y de solidaridad en la que cada ciudadano sea sujeto de la construcción pública con otros, o sea, actor en la creación de espacios, intereses, imágenes y discursos comunes.

Inclusive, García (1999:191) recalca la necesidad de que a través de la investigación antropológica y sociopolítica se haga visible la necesidad jurídica, los riesgos y las oportunidades de la construcción de una “ciudadanía latinoamericana”. Ésta será posible, dice, cuando la integración latinoamericana sea entendida como unión de los ciudadanos, como relaciones de solidaridad entre trabajadores, artistas, científicos y medios de comunicación expresivos de la diversidad cultural.

## B. LOS TRES MOMENTOS DE LA CIUDADANÍA MODERNA

Sintetizando las diferentes dimensiones que se examinaron en torno a la ciudadanía, Sinesio López concibe (1997:53-54) tres momentos de la ciudadanía moderna:

***a)*** ***Momento jurídico.-*** Confiere a los individuos un conjunto de derechos y deberes garantizados constitucional e institucionalmente por el Estado. Este status jurídico de la ciudadanía comprende, a su vez, tres elementos:

⇒ **Elemento civil** compuesto por los derechos necesarios a la libertad individual: libertad de palabra, pensamiento y acción, libertad de propiedad y de contrato, derecho a la justicia (defender y afirmar por ley todos los derechos de uno en términos de igualdad con otros).

⇒ **Elemento político** entendido como el derecho a participar en el ejercicio del poder político, como autoridad política o elector.

⇒ **Elemento social**, que comprende desde el derecho al bienestar y a la seguridad hasta el derecho a compartir la herencia social y la vida civilizada.

***b) Momento público.-*** En este momento que tiene un carácter público, los ciudadanos asumen una competencia política, vale decir, un conjunto específico de roles sociales a través de los cuales los ciudadanos pueden tomar decisiones, fiscalizar, exigir, demandar y ejecutar todas aquellas acciones que los lleven a defender sus intereses como miembros de diversos grupos sociales en la arena política.

***c) Momento ético.***- Se refiere a un conjunto de cualidades morales y responsabilidades cívicas necesarias para definir a alguien como "buen ciudadano". Por lo tanto, este momento ético está enlazado con el buen desempeño de los derechos y responsabilidades en los espacios públicos.

Por todo lo mencionado en este Capítulo, se establece la importancia y vigencia actual de la ciudadanía desde su vertiente política, social, económica, civil, intercultural, e inclusive, cosmopolita. En esencia, la ciudadanía se configura en tres momentos (jurídico, público y ético) que se articulan para dar sentido a las prácticas de los individuos en sociedad. Estudiarla en su integridad, supone concebir a los ciudadanos más allá del reclamo de sus derechos y el ejercicio responsable de sus deberes, sino en una búsqueda de un tipo de identidad en la que se reconozcan para responder a retos comunes, con igualdad y dignidad.

# Capítulo II

## Lecturas ciudadanas

Para que pueda ser he de ser otro, salir
de mí, buscarme entre los otros, los
otros que no son si yo no existo, los
otros que me dan plena existencia.

***Octavio Paz***

Creo firmemente que el mejor momento de un hombre, la mayor realización de sus valores, se da cuando ha dado todo de sí por una cusa justa y yace exhausto en el campo de batalla, victorioso.
***Vince Lombardi***

## A. DESDE DÓNDE Y CÓMO LEER LA CIUDADANÍA

En el caso de América Latina, el concepto de ciudadanía empieza a cobrar mayor fuerza en la década de los noventa porque, según Renato Ortiz (1995:22), siendo éste un tema del siglo XIX para otros países, "Nosotros aún lo estamos discutiendo porque la realización de esta invención se realizó de manera inacabada". A lo que se refiere Ortiz con esas palabras es que la ciudadanía —como él la reconoce— está ubicada en la propia noción de modernidad, que en Latinoamérica siempre fue "problemática", "conflictiva" e "incompleta" (como algo a ser construido en el futuro), y que en estos tiempos adquiere especial relevancia.

Además, Fernando Calderón *et.al.* (1996:76-77), exponen que el "efecto traumático" de las dictaduras militares en la región, convergen hoy en día en una auténtica reconstrucción —en el doble sentido de revalorización y expansión— de la democracia como régimen político y forma de vida. A juzgar por estos autores, la democracia hoy no puede prescindir de la *construcción de ciudadanía*; sin embargo, ésta se hace más problemática por efecto de una serie de tensiones contradictorias en las acciones sociales (Calderón y Dos Santos, citado por Calderón *et.al.*, 1996:77), a saber:

- la búsqueda de nuevas formas de expansión ciudadana referida a una integración entre derechos políticos, civiles y sociales *versus* la persistencia de conductas verticalistas, autoritarias y violentas;
- valorización de la diversidad y el pluralismo cultural *versus* la simplificación y satanización del adversario;
- tendencia hacia la autonomía y diferenciación de roles sociales con respecto de los partidos y el Estado *versus* el mantenimiento y la redefinición del clientelismo burocrático;
- experiencias de autogestión, cooperativas y microempresas a nivel local *versus* la precariedad pasiva-marginal asociada a la desintegración; y,
- valorización de la reciprocidad y la solidaridad *versus* el faccionalismo e individualismo excluyentes.

Este período "de transición y cambio sin futuro previsible" —como lo califica Rosa María Alfaro (1995:110)— se caracteriza en nuestro continente, en el plano socio-político, por el proceso de institucionalización de regímenes políticos de corte democrático que han sucedido a regímenes autoritarios (poderes de facto), especialmente, militares.

Esto ha significado —y aún en la actualidad— un giro de rumbo en el sentido de la democracia donde, por un lado, emergen nuevas formas de actuación y participación pública que plantean mejor su apropiación y profundización y, por otro lado, "está deviniendo en una finalidad y meta política, como una nueva matriz de organización social con rasgos de modelo utópico y cultural".

A partir del surgimiento de diversos movimientos sociales y organizaciones ciudadanas en este contexto, se está reelaborando en América Latina el sentido ético y político de la *democracia* que, desde el punto de vista de Alfaro (1995:117), transita de los derechos a las responsabilidades, trabaja el sentido de las pertenencias y de la opinión pública, toma en serio el valor de todos los hombres, aprecia la solidaridad positiva de quien se sabe y siente responsable de cualquier otro.

En este contexto, nos aproximamos al tema de la ciudadanía que acorde con la problemática esbozada en el presente libro, retoma las reflexiones de teóricos de la comunicación que trabajan el tema en los últimos años. En la siguiente tabla (2-1), se revisarán algunos autores que se aproximan, desde diferentes vertientes, a la definición de ciudadanía:

**Tabla 2-1**

| AUTOR | NOCIÓN DE CIUDADANÍA |
|---|---|
| ***Manuel Antonio Garretón*** | Garretón (1995) entiende que en todo ámbito donde se establecen relaciones sociales entre un poder y la gente, estamos en presencia de ámbitos reales o potenciales de ciudadanía; y, en esa dirección, la define como "la reivindicación y reconocimiento de derechos y deberes de un sujeto frente a un poder" (:102).<br>Esto lleva a plantear a Garretón la expansión de la trilogía ciudadana clásica —derechos civiles, sociales y políticos— para establecerse más allá del mundo territorial (locus clásico de la ciudadanía), especialmente local, e incursionar en los ámbitos transnacional, educacional, comunicacional, de relaciones de género, etcétera.<br>Por lo tanto, dirá Garretón (:103), cuando hablamos de un conjunto de derechos y deberes, nos referimos a la capacidad de ser sujetos de determinado ámbito, es decir, "de llegar a controlar o decir algo sobre los instrumentos que definen los procesos de ese campo." |
| ***Javier Protzel*** | Para Javier Protzel (1995:156), las nociones de ciudadanía y nacionalidad ahora se separan, quedando la primera establecida más por "la capacidad de ejercer derechos y deberes en el lugar en que se habita —en cualquier lugar que se haya escogido— que en el compartir ciertas señas de identidad comunes en sociedades cada vez más multiculturales"; mientras que la segunda noción se hace cada vez más abstracta al desterritorializarse.<br>Por otro lado, Protzel (:157) menciona que el ejercicio formal de la ciudadanía por la mayor parte de la población en Latinoamérica es un hecho reciente; no obstante, el modelo de sociedad postindustrial que impera en el continente y en el mundo entero, la desmovilización ciudadana actual, el poco incentivo de los sistemas políticos a la participación de todos los habitantes y otros factores más, ocasionan —como lo afirma Protzel (:156)— una *ciudadanía de segunda clase*. |
| ***María Elena Hermosilla*** | Hermosilla plantea una noción de ciudadanía que se vincula con el desarrollo, la democracia y la modernidad: "como la capacidad de los sujetos individuales y sociales de generar autonomía social, política, económica y cultural y, por lo tanto, de gestionar [y perfeccionar sus condiciones de vida] y construir su propio destino" (1995:180). |
| ***Rosa María Alfaro*** | Desde el ángulo de análisis de Alfaro (1995:113-114), la ciudadanía significa pertenencia y actuación en el ámbito público no estatal que no está por sí mismo en la sociedad, sino que es *lo común* construido por los sujetos (no una sumatoria de intereses individuales), y al hacerlo se conforman como ciudadanos reales. "La ciudadanía, así, se constituye en un nuevo hito a conquistar procesalmente desde el lugar donde cada actor se encuentre, |

| | |
|---|---|
| | aprendiendo a caminar juntos y apoyándonos mutuamente" (:131). |
| ***José Ignacio López Vigil*** | Para López Vigil (1999:21) el concepto moderno de ciudadanía hace referencia a todos y todas, sin discriminación de ningún tipo, como sujetos de derechos y deberes. Igualmente, para este autor "Ciudadanía es ejercicio de poder. Es pasar de simples pobladores con cédula a personas que participan activamente en la vida de su comunidad, de su país. Que piensan con cabeza propia y pesan en la opinión pública, que eligen a sus gobernantes y también los fiscalizan, que denuncian la corrupción, que se organizan, que se movilizan, que no se conforman con la democracia representativa y ejercen la participativa." |

Sobre la base de estas nociones de ciudadanía, a continuación se establece un conjunto de elementos básicos que la definen:

***a)*** ***Ciudadanía es igualdad legal, social y humana.-*** El concepto de ciudadanía destaca que todos somos iguales ante la ley[21], con derechos que reclamar y deberes que cumplir en tanto miembros de una sociedad y un Estado. De esta manera, permite reconocer en el "otro" un conciudadano que está en la misma condición que yo y con el que hay algo común (lo público) que nos une[22]. Por lo tanto, supone consideraciones y tratos mutuos de respeto y consideración igualitaria.

Alfaro (1998:14) va más allá al mencionar que la ciudadanía también significa hacerse responsable de la desigualdad económica, social y cultural existente en los países de América Latina, lo cual significa recuperar a la democracia como la nueva utopía que debe ser construida a través de procesos educativos desde la pluralidad, la justicia, el diálogo, la deliberación y la participación.

---

[21] José Ignacio López Vigil (1998:54) acota que el concepto moderno de ciudadanía hace referencia "al respeto profundo que merece todo individuo por el simple hecho de serlo. Ciudadanos somos todos y todas, sin distinción de raza ni edad, sin inequidad por género, sin discriminación por credos ni opiniones ni opciones sexuales."

[22] "El ciudadano es el nuevo actor, curiosamente reeditado en Latinoamérica a fines del siglo XX, sin Revolución Francesa ni movimiento parecido. Este es definido por su pertenencia al ámbito público, sea estatal o en el marco de la sociedad civil. Todos lo somos más allá de las diferencias. Es una manera de nombrar al sujeto desde una situación de igualdad previamente establecida y aplicada, sea real o potencial, inherente a su existencia dentro de una sociedad" (Alfaro, 1995:112).

b) ***Ciudadanía es pertenencia activa.-*** Igualmente la noción de ciudadanía propone la idea de pertenencia, vinculación y membresía a una determinada comunidad política entre cuyos miembros se establecen relaciones de interdependencia, responsabilidad, solidaridad y lealtad. En esta dirección, "yo soy parte de" en la medida en que me siento y me comporto como parte fundamental de la sociedad, mereciendo respetos y generando responsabilidades. Esta ligazón que el individuo va construyendo cotidianamente no significa sumisión al sistema existente, ya que también supone la idea de conflicto, competencia y consideración, incorporación crítica.

c) ***Ciudadanía es integración social.-*** Hoy día la noción de ciudadanía permea a su vez la idea misma de integración en una triple dirección, tal como lo tratan Fernando Calderón *et.al.* (1996:55):

⇒ mayor equidad productiva: distribución más justa de opciones con sus efectos en el acceso a bienes y servicios;
⇒ mayor equidad simbólica: orden más equitativo en el intercambio comunicativo, en el consumo cultural, en el manejo de la información y en el acceso a los espacios públicos; y,
⇒ difusión del ejercicio igualitario de derechos y reciprocidad efectiva entre sujetos de distintas identidades culturales.

d) ***Ciudadanía se vincula a ejercicio político y de poder.-*** Como apuntala López (1997:43), la emergencia de la ciudadanía implica un cambio fundamental por medio del cual "los gobernados dejan de ser un objeto sometido al poder para convertirse en un sujeto y titular legítimo del poder." Esto se debe a que, tanto en el plano local o nacional, la ciudadanía permite la constitución y potenciamiento de distintos actores sociales (individuos, grupos e instituciones) en el sistema político de toma de decisiones colectivas, asegurando que exista un real ejercicio democrático.

Cuando las personas se asumen como ciudadanas e interactúan con distintos actores sobre la base de respeto y reconocimiento recíprocos (el otro como un semejante), institucionalizan procesos de cambio social consensuado en función de la expansión de sus derechos políticos y sociales.

"En este proceso es vital el reconocimiento del otro en su especificidad individual y diferencia cultural. (...) Sólo en cuanto los valores ciudadanos sean universales podrán reconocerse y afirmarse las distintas identidades culturales y actores sociales." (Calderón *et.al.*, 1996:44).

***e)*** ***Ciudadanía rescata al individuo y la comunidad de intereses.-*** Alfaro reconoce que la ciudadanía destaca que el individuo vale por sí mismo, lo implica como persona individual[23]. No obstante, este reconocimiento de que "yo soy ciudadano" o "yo soy ciudadana" me compromete a velar por la existencia de algo *común* que me liga a los otros por medio de la construcción de acuerdos, creación de redes, espacios y comportamientos de solidaridad colectiva, conformación de esferas públicas (intereses, espacios e imágenes comunes).

En estas tareas, se busca un diálogo que fomente empoderamientos en la gestación de compromisos conciudadanos con los otros y, así, permita plantear y reivindicar de otra manera la idea de comunidad "ligada a las libertades e independencias individuales, en una política de continuos acercamientos y compromisos colectivos" (Alfaro, 1999b:12).

Este compromiso alberga la idea de conflicto social que debe ser resuelto responsablemente en el proceso de edificación de una nueva sociedad, donde las personas construyan intereses comunes que las lleven a luchar por los otros —en interacción permanente con los modos de pensar y sentir la pluralidad, el conflicto y la desigualdad— y por el país.

Un evidente ejemplo de esto que se viene esbozando son los *movimientos sociales y ciudadanos*[24], donde se producen negociaciones entre el "yo" y el "nosotros", entre el objeto particular y el objeto colectivo de lucha en torno a intereses y

---

[23] De acuerdo con la *Gran Historia Universal Larousse* – Tomo 18 *El fin de las ideologías* (1999:2280), "Resulta paradójico que a finales del siglo XX, cuando se va camino de la globalización, se produzca un retorno hacia el protagonismo del individuo y del ciudadano, revalorizados por los derechos humanos."

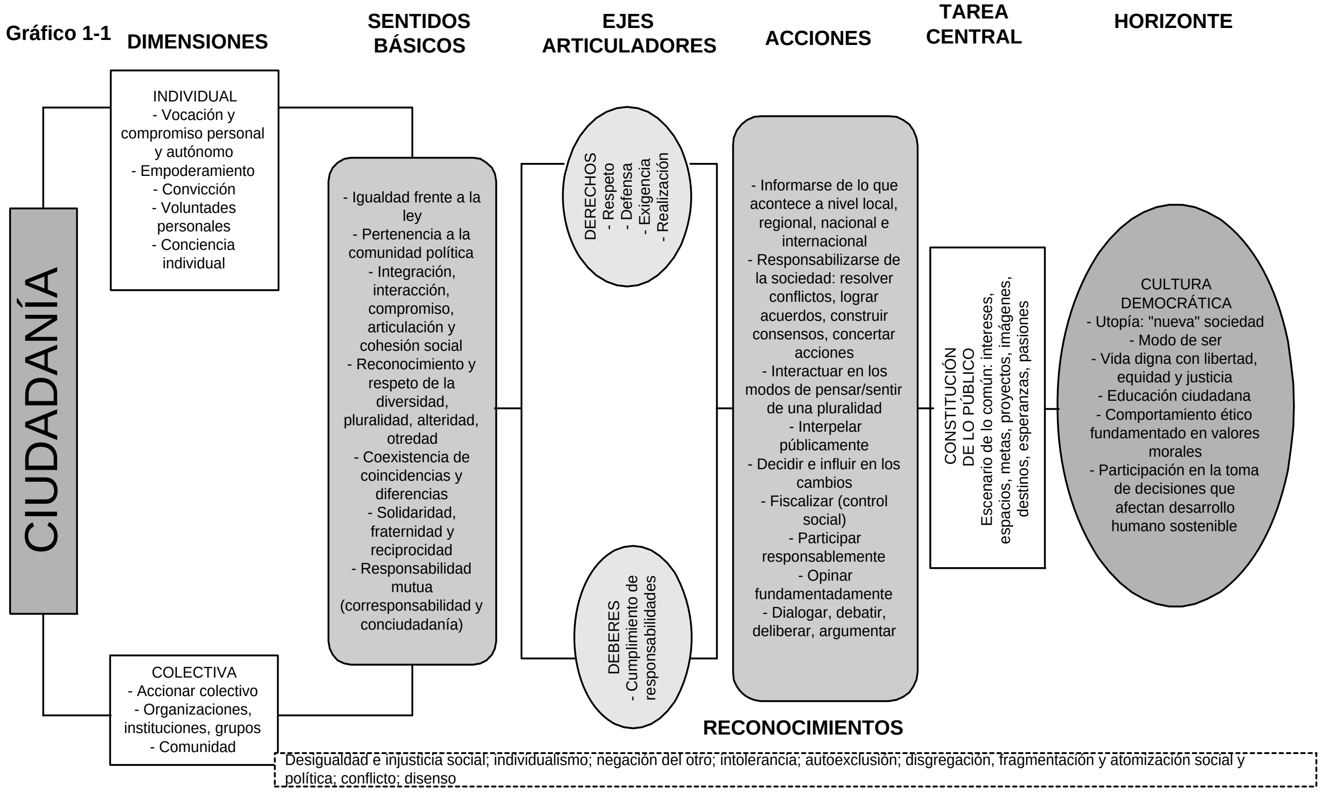
[24] Estos movimientos están comprometidos, como acertadamente lo plantean Calderón *et.al.* (1996:41), en luchas de supervivencia o por satisfacer las necesidades básicas, y también en luchas por la producción de sentido y como formas colectivas de producción cultural. En esta dirección, encontramos movimientos éticos, simbólico-expresivos, regionales, cooperativos, indígenas, de mujeres, de jóvenes, de obreros, localistas urbanos y rurales y otros.

> compromisos compartidos por la modificación y cuestionamiento del sistema. De este modo, las libertades e independencias individuales están ligadas a continuos acercamientos y compromisos colectivos a través de la construcción de acuerdos, la creación de redes, espacios y comportamientos de solidaridad.

En pocas palabras, se delinea la noción de ciudadano como “un individuo o comunidad de individuos con derechos garantizados por el Estado y con responsabilidades hacia la comunidad política de la que forma parte” (López, 1997:119). La ciudadanía, de este modo, no es sólo un status sociopolítico determinado por un balance adecuado de derechos y deberes; sino que es también una identidad compartida, vale decir, una expresión de la propia pertenencia a una determinada comunidad política.

De acuerdo con lo indicado, seguidamente se realiza una síntesis (Gráfico 2-2) que puede resultar de utilidad para la comprensión del lector.

Gráfico 1-1




FUENTE: Elaboración del autor sobre la base de las reflexiones de Rosa María Alfaro y Sandro Macassi (1997).

Por ende, *ejercicio de la ciudadanía* “consiste en la participación real y activa de las personas en la construcción de la sociedad y en su transformación. Se realiza a partir de la asunción de los deberes y derechos formales para incorporarlos a la vida cotidiana en todos los terrenos políticos, económicos y culturales” (Villamayor y Lamas, 1998:225).

Así, desarrollar la ciudadanía es incidir desde la vida cotidiana en la toma de decisiones y posiciones —por medio de la participación activa y la asunción responsable de derechos y deberes— que afectan la pertenencia a una comunidad, a la sociedad civil, con el propósito de desarrollar acciones destinadas a gestar colectivamente el propio destino, esto es, la capacidad de ser sujeto protagónico de la construcción pública con otros a partir del reconocimiento de la individualidad que marca la diversidad.

El hecho de poner énfasis exclusivamente en los derechos y no en los deberes ni en la participación en la vida pública, ha dado lugar a la denominada *ciudadanía pasiva* y *homogénea* (López, 1997:110).

Como ya se sugirió, la práctica de la ciudadanía no está exenta de conflicto (luchas, enfrentamientos, disputas) en función de intereses individuales y colectivos que —a juzgar por Villamayor y Lamas (1998:225)— se expone en la lucha por el poder dentro de una sociedad, se trate de clases sociales, grupos étnicos, géneros o generaciones. Resumiendo con los autores convocados: “Ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales. Es ser conscientes de la propia acción, ser conscientes de la lucha por la distribución de poderes y de bienes, materiales y simbólicos.”

Sobre la base de lo referido hasta aquí, se señala que no hay un modelo de ciudadano o ciudadana ejemplar, sino que más bien se debe —siguiendo a Alfaro (1998:14)— reconocer a esos hombres y mujeres concretos existentes en sus múltiples y conflictivos procesos de conformación y ejercicio real de su ciudadanía. Es a partir de esa indagación que se puede admitir diferentes procesos de acercamiento y a partir de allí adecuar los métodos de trabajo y plantear propuestas educativas y comunicacionales para diversas ciudadanías en incesante constitución. Por lo tanto,

> Se trata de admitir que nadie es un ciudadano completo ni existe un modelo ideal desde donde examinamos al resto. Nuestro proceso ciudadano será siempre particular pues tiene que atar muchos cabos y tiempos históricos (Alfaro, 1999c:15). Dentro de ese espíritu nos ubicamos proponiendo la gestación de ciudadanía como un horizonte nuevo para la comunicación comprometida con la emancipación de nuestros pueblo” (Alfaro, 1999b:11).

## B. CIUDADANÍA Y DESARROLLO EN UNA PERSPECTIVA CRÍTICA DE LA MODERNIDAD

La esencia de la filosofía del desarrollo humano consiste precisamente en enfocarlo desde los objetivos últimos del desarrollo mismo, vale decir desde el cumplimiento de las aspiraciones de la gente, desde el progreso que busca, desde lo que necesita y quiere hacer.
***Mahbub Ul Haq, 1995***

Calderón *et.al.* (1996), en su libro *Esa esquiva modernidad. Desarrollo, ciudadanía y cultura en América Latina y el Caribe*, exponen la tesis de que la modernidad[25] en esta región requiere, hoy más que nunca, potenciar la construcción y extensión de una *ciudadanía moderna*, vale decir, la existencia de actores sociales con posibilidades de autodeterminación, con capacidad de representación de intereses y demandas, con facultad para intervenir racionalmente en el "mercado" político y los espacios públicos, en pleno ejercicio de sus derechos individuales y colectivos jurídicamente reconocidos, y con acceso a información y conocimientos para insertarse con mayores oportunidades productivas en la dinámica del desarrollo.

Entendido este último bajo el enfoque del desarrollo humano presentado, a partir de 1990, por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Este enfoque considera al ser humano como el objetivo central y principal actor del desarrollo, por lo que busca su perfeccionamiento como persona (capital humano) y la mejora de su calidad de vida. Esto implica ampliar y potenciar sus capacidades humanas básicas[26], brindarle la posibilidad de participar activamente en las decisiones que afectan directamente a su vida, facilitarle el acceso equitativo a las opciones y oportunidades, y demostrarle la necesidad de que asuma la responsabilidad sobre su propio destino.

---

[25] La modernidad constituye "un proyecto cultural en el cual han convivido dos tendencias fuertes: de una parte, la difusión de valores y actitudes básicos vinculados a la promoción de la libertad social e individual, al progreso social, al desarrollo de potencialidades personales, y a una vocación democrática que lleva a la defensa de la tolerancia y de la diversidad. (...) Una perspectiva crítica de la modernidad es aquella que, sin dejar de reconocer la importancia de la racionalización, busca subordinarla a los valores modernos asociados a la democracia, la tolerancia, la libertad y la diversidad." (Calderón *et.al.*, 1996:36).

[26] El PNUD (UDAPSO-PNUD: 13) plantea que estas capacidades básicas comprenden, fundamentalmente la evaluación de tres indicadores: a) una vida prolongada, como expresión de una atención adecuada de salud y nutrición; b) el conocimiento, como consecuencia de una adecuada educación básica, media y superior; y, c) acceso a los ingresos, como medio para adquirir las capacidades indicadas. Además, incluye la libertad política, la seguridad personal, la participación comunitaria y los derechos humanos garantizados.

Por lo tanto, se trata de “promover las capacidades de las persona y sus comunidades para que éstas, de acuerdo a sus valores y aspiraciones, puedan construir libremente sus proyectos de vida” (PNUD, 2000:15). El desarrollo humano implica, también, la sostenibilidad del proceso, lo que entraña satisfacerlas necesidades de la presente generación sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de cumplir sus propios requerimientos e intereses. Por lo que el concepto de desarrollo sostenible –directamente ligado al enfoque del desarrollo humano- “además de considerar la protección de los recursos naturales y el medio ambiente físico, busca garantizar las oportunidades futuras de la gente y, por lo tanto, prevé la protección del crecimiento económico y el Desarrollo Humano futuros” (UDAPSO-PNUD, 1997:13).

La tabla 2-2 muestra tres corrientes de desarrollo que, en la sociedad boliviana de hoy, se están definiendo y re-definiendo. Por sus características, la del desarrollo humano es la que facilita la construcción de ciudadanía en la línea planteada por este estudio.

Tabla 2-2

| TIPOLOGÍA DE OFERTAS DE DESARROLLO | | | |
|---|---|---|---|
| **TIPOS CARACTERÍSTICAS** | **DESARROLLISTA** | **NEOLIBERAL** | **DESARROLLO HUMANO** |
| ***Sentido*** | Desarrollo económico | Maximización del ingreso | Expansión de las opciones y capacidades humanas para alcanzar un bienestar total |
| ***Foco de preocupación*** | Estado | Mercados | Sociedad (lo público) |
| ***Principio guía*** | Participación – Masas | Eficiencia | Equidad – Ciudadanía |
| ***Énfasis*** | Fines | Medios | Fines |
| ***Educación, salud, nutrición*** | Medios para la modernización | Inversión en capital humano, como un insumo al crecimiento económico | Fines en sí mismos, el acceso a ellos es un Derecho Humano, calidad de la vida |
| ***Gobierno*** | ***a)*** Liderazgo fuerte y carismático<br>***b)*** Integración nacional | ***a)*** Estabilidad política<br>***b)*** El Estado sólo sirve para promover el mercado<br>***c)*** Respeto de los Derechos Humanos relacionados con el mercado | ***a)*** Democracia<br>***b)*** El Estado es esencial para promover el desarrollo humano<br>***c)*** Respeto de los Derechos Humanos |
| ***Crecimiento*** | Medio determinante para el mercado interno | ***a)*** Un fin en sí mismo<br>***b)*** Aceptación de que el beneficio general disminuya | El crecimiento es esencial, pero sólo si beneficia a la gente de una manera más equitativa, como un medio para el desarrollo humano |
| ***Prioridades de las políticas generales*** | ***c)*** Modernización vía educación<br>***d)*** Integración nacional vía sustitución de importaciones – mercado interno<br>***e)*** Movilización de masas | ***a)*** Desregulación, privatización<br>***b)*** Mejorar la eficiencia<br>***c)*** Inversión en recursos humanos<br>***d)*** Fundamentos macro-económicos fuertes<br>***e)*** Mantener la estabilidad macro-económica | ***a)*** Ampliar opciones y oportunidades<br>***b)*** Reforzar las capacidades humanas a través de la educación y la salud<br>***c)*** Disminuir las inequidades<br>***d)*** Reestructurar los presupuestos nacionales para promover el desarrollo humano<br>***e)*** Promover el empleo/el medio |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | de vida |
| ***Estrategia de la erradicación de la pobreza*** | ***a)*** Universalista – pleno empleo<br>***b)*** Asistencialismo paternalista<br>***c)*** Distribución de ingresos y riquezas | ***a)*** Crecimiento (luego reparto de la torta)<br>***b)*** Inversión en los sectores sociales<br>***c)*** Provisión de redes de ayuda<br>***d)*** Focalización y mejoramiento de indicadores sociales, sobre todo, la educación | ***a)*** Fortalecimiento de los pobres como actores sociales<br>***b)*** Participación, igualdad de género<br>***c)*** Acceso a bienes<br>***d)*** Crecimiento para los pobres |
| ***Indicadores de éxito*** | Mejoramiento de indicadores sociales, sobre todo de educación | ***a)*** Producto Interno Bruto (PIB)<br>***b)*** Crecimiento del PIB | ***a)*** Índice de Desarrollo Humano, Índice de Desarrollo relacionado con Género, Medida de Fortalecimiento de Género, Índice de Pobreza Humana<br>***b)*** Indicadores del desarrollo humano |

En el enfoque del presente trabajo, la ciudadanía es concebida como una fuente de interacción positiva —en su carácter de "bisagra"— entre la *democracia* y el *desarrollo*, cuyo sustrato simbólico es la *cultura*. Por lo tanto, se abraza una visión crítica de la modernidad que busca conciliar y fusionar la libertad individual y la racionalización modernizadora formal e instrumental con la afirmación de identidad propia —en continuos procesos de hibridación[27]— y pertenencia comunitaria. Entonces, el reconocimiento y afirmación de la dimensión cultural son una "alternativa afirmativa" que permite entender los cambios y prefigurar los escenarios futuros, esto es, transitar por el camino de la modernidad con protagonismo y con identidad.

Calderón *et.al.* (1996), señalan que para potenciar la modernización[28] en América Latina y el Caribe se requiere la construcción y extensión de ciudadanía moderna. Esta labor tendrá que ser abordada esencialmente desde la "cuestión cultural", por lo que se asume como problema: la *dialéctica de la negación del ot*ro, y como potencialidad: el *tejido intercultural*.

La primera está referida a la negación cultural, en la que a su vez se monta "una larga tradición de exclusión socioeconómica y dominación sociopolítica" (Calderón *et.al.*, 1996:62), que se proyecta muchas veces como discriminación y represión étnicas, e incluso político-ideológica (:75). Conforme a los autores aludidos, esta negación del otro-distinto-de-sí —ese otro que puede ser mujer, indio, negro, campesino, pobre o marginal urbano— y, por consiguiente, inferior-a-sí porque es desvalorizado, descalificado y silenciado, se remonta al período de descubrimiento, colonización, conquista y evangelización del continente. Además, del lado del otro-negado se introyecta una "autonegación", es decir, un cercenamiento de la identidad propia o "desidentidad esencial", como la llaman Calderón *et.al.* (:67). Estos procesos tienen su correlato político en desmedro del ejercicio de la ciudadanía, ya que "el otro-oprimido aparece siempre al margen de los espacios sociales en que se formulan y deciden los grandes proyectos colectivos, y en que se asignan los recursos" (:67).

---

[27] En el sentido que le asigna Néstor García Canclini en su libro *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, 1ª ed., México D.F., Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Ed. Grijalbo, 1990, pp. 363.

[28] La modernización constituye "un proceso histórico, afincado en el cambio de los procesos productivos, de la composición demográfica, de las pautas de consumo y trabajo, del acceso a bienes y servicios y la secularización progresiva de la acción colectiva" (Calderón *et.al.*, 1996:36).

Y la segunda, el tejido intercultural —pensado por Calderón *et.al.* (1996) como mestizaje, sincretismo, continua resignificación de identidades culturales o estado de continua metamorfosis de imágenes, símbolos y tradiciones— como fuerza de la modernidad, apunta a que el acervo histórico-cultural propio de estos países se constituye en un "resorte" para la flexibilidad y adaptabilidad dinámica a la modernidad. A través de este proceso "es como puede pensarse la construcción de la ciudadanía basada en la identidad en el tejido cultural" (:82). En consecuencia, la variable cultural es ineludible en el momento de pensar la construcción de ciudadanía moderna, a partir de la coexistencia de identidades étnico-culturales distintas en América Latina y el Caribe.

Este corolario de reflexiones precedentes lleva a establecer que el desarrollo requiere "de una ciudadanía con vocación protagónica, y de actores socioculturales que se incorporen a la modernidad en el intercambio horizontal de símbolos y mensajes" (Calderón *et.al.*, 1996:95). Como se advierte, las formas modernas del ejercicio de la ciudadanía están conectadas con los "mercados comunicacionales-informativos", que otorgan protagonismo a sectores que sufren rezago socioeconómico, exclusión cultural o dispersión espacial, brindándoles el acceso a espacios de interlocución pública. Esto llevó a los autores nombrados a sostener que "La tendencia al descentramiento en la emisión de mensajes en la industria cultural [comunicacional] puede contribuir a la democratización de las sociedades en la región" (:96).

En esta línea, justamente, se inscribe la propuesta de *Transformación Productiva con Equidad* (TPE), impulsada a partir de 1990 por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Ésta pretende la cimentación de un horizonte de desarrollo integrado[29] que compatibilice modernización productiva, crecimiento económico, equidad social, sustentabilidad ambiental y fortalecimiento de la democracia. "En un sentido más 'valórico-cultural' ella puede entenderse como una perspectiva crítica de acceso a la modernidad, en la que se busca revertir los persistentes patrones de exclusión social, económica, política y cultural que han padecido grandes contingentes de las sociedades nacionales de la región. Animada por una vocación pluralista en lo cultural, democrática en lo

---

[29] Desde esta propuesta, los valores que concurren en un desarrollo integrado son: "la institucionalidad y transparencia democrática, el respeto a la diversidad de valores, la tolerancia en lo político pero también en el tejido social, la vigencia y reciprocidad de los derechos entre actores diversos, la apertura hacia el cambio, y el rescate del progreso técnico como instrumento para acrecentar la comunicación y promover el bienestar general." (Calderón *et.al.*, 1996:38-39).

político, dinamizadora en lo productivo e integradora en lo social, la TPE intenta sentar bases para una perspectiva integrada del desarrollo." (Calderón *et.al.,* 1996:37).

Precisamente, una de las áreas que contempla la agenda de futuro para el desarrollo humano de Bolivia, trazada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2000) sobre la base de los valores y aspiraciones de esta sociedad, establece que "La fuerza del desarrollo humano del futuro necesita descansar en una ciudadanía activa y moderna que conjugue un accionar pragmático con valores y metas socioculturales genuinas y democráticas. Esto daría lugar a una mejor forma de convivencia entre distintos en la modernidad" (:30).

Esta área de la agenda de futuro concuerda con la tesis de Calderón *et.al.* (1996) en el sentido central que en estos tiempos se le asigna a la ciudadanía como eje articulador de la democracia y el desarrollo. Por consiguiente, alimentar una dinámica ciudadana moderna supone para el PNUD (2000:31), fomentar una política de intercambio sociocultural que promueva y facilite espacios de intercambio y deliberación entre distintos grupos sociales, y socialice las posibilidades de acceso a la información para ampliar la capacidad reflexiva y crítica por parte de la población.

En este marco, es decisivo el aporte y papel estratégico que se les asigna a los medios de comunicación masiva, como la radio y la televisión, en la "construcción de un espacio público de deliberación entre bolivianos de distintas culturas, niveles socioeconómicos, edades y género" (PNUD, 2000:33). No obstante, se reclama que éstos no han podido constituirse en espacios deliberativos de amplia participación social en condiciones equitativas. En esa línea, el PNUD plantea que para que los medios puedan facilitar la construcción de estos espacios y fortalecer lo público, deben otorgar visibilidad cultural y simbólica a todos los actores que conforman la sociedad boliviana, y promover el fortalecimiento de las capacidades y destrezas comunicacionales de la sociedad.

Por otro lado, el Informe de Desarrollo Humano en Bolivia (PNUD, 2000:31,131) sugiere que la *pobreza* está vinculada, en su dimensión subjetiva, con la incapacidad de ejercer ciudadanía, que se manifiesta en relaciones sociales excluyentes y desigualdad de oportunidades, impidiendo afirmar los valores y traducir las aspiraciones de todos los sectores de la sociedad en proyectos de vida compartidos.

Como ya se dijo, "ser pobre hoy no es sólo no tener recursos, sino sobre todo no tener comunidad, y por tanto tampoco vinculación social ni

posibilidades de [participar y] decidir en comunidad" (:131). De tal modo que la pobreza, comprendida como una "condición pre ciudadana", impide la construcción de la ciudadanía moderna y plena, porque ésta es condición para una mayor igualdad en la diversidad.

Sin embargo, el PNUD (2000:131) esboza que la lucha del desarrollo humano no es sólo contra la pobreza —problema que compete a toda la sociedad—, sino por la construcción ciudadana y su ejercicio democrático.

### C. EDUCACIÓN CIUDADANA: APRENDER A CONSTRUIR EL MUNDO JUNTOS

En primera instancia, se debe manifestar que se aprende a ser ciudadano. En este sentido, se puede afirmar que *educar en la ciudadanía* es —viene a decir con razón Cortina (1997:219)— "*Ayudar a cultivar las facultades (intelectuales y sentientes) necesarias para degustar los valores ciudadanos*". Por eso, la educación en la ciudadanía es necesariamente una *educación en valores*[30] *morales*[31] *cívicos*, que se constituyen en articuladores de los demás valores estéticos, religiosos, etc.

Por lo tanto, podemos establecer que los valores morales cívicos nucleares para la ciudadanía son fundamentalmente, siguiendo a Cortina (1997:229), los siguientes: la libertad, la igualdad, la solidaridad, el respeto activo y la disposición a resolver los problemas comunes a través del diálogo.

"Libertad, igualdad y fraternidad" —o "solidaridad" como se la piensa aquí— fueron el lema de la revolución Francesa de 1789, cuya Asamblea Nacional Constituyente votó y aprobó la *Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano*: soberanía del pueblo, igualdad ante la ley, igualdad ante el impuesto, libertad de cultos, libertad de pensamiento, libertad de prensa, libertad de trabajo, derecho de propiedad, seguridad personal, inviolabilidad de la propiedad, libertad de reunión, resistencia a la opresión. Al respecto, la *Gran Historia Universal Larousse* – Tomo 12 *Las revoluciones* (1999:1420) amplía lo siguiente:

---

[30] Siguiendo a Cortina (1997:222) entendemos que los valores no son una pura creación subjetiva, sino que reconocemos —no concedemos— un valor en las cosas y, de igual forma, podemos sacar a la luz nuevos valores o nuevas formas de percibirlos. También, los valores "nos permiten *acondicionar* el mundo para que podamos vivir en él plenamente como personas" (:223).

[31] Para Cortina (1997:218), el ámbito de la moralidad coincide con el de la humanidad porque toda persona humana es inevitablemente moral, ya que siempre actúa —estima o desestima, prefiere o relega, es decir, valora— de acuerdo con unos cánones morales determinados. Por eso los universalizaríamos: una vida sin valores morales está falta de humanidad.

> La Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano, publicada el 26 de agosto de 1791, proclamó, ciñéndose al Espíritu de la Ilustración, los derechos naturales e imprescriptibles de cada individuo. La idea central era la libertad: libertad física de las personas, de opinión, de culto, de expresión, de reunión y de asociación. A continuación venía la igualdad, una igualdad "natural", jurídica, que rechazaba los privilegios de nacimiento. (...) Pero la Declaración ponía límites a la igualdad al reconocer las "distinciones sociales" desde el artículo 1, mientras que el artículo 6 separaba a los hombres según sus "capacidades, virtudes y talentos". El derecho de asociación se circunscribía a las agrupaciones no profesionales, pues el texto fue obra de los burgueses, hartos de los reglamentos de gremios y corporaciones.

Seguidamente, se resumen los aspectos centrales (tabla 1-3) de los principales valores cívicos tal como los entiende Adela Cortina (1997:230-250):

**Tabla 1- 2**

| VALOR MORAL CÍVICO | PRINCIPIO | DESCRIPCIÓN |
|---|---|---|
| ***Igualdad*** | Todas las personas son iguales en dignidad, por lo que merecen igual consideración y respeto | - De todos los ciudadanos ante la ley<br>- De oportunidades vitales<br>- En ciertas prestaciones sociales |
| ***Respeto activo*** | Interés por que el otro pueda vivir según sus convicciones y criterios | - Soportar que otros piensen de forma distinta y que tengan ideales de vida feliz diferentes a los míos (aprecio positivo del otro)<br>- Interés activo por comprender y ayudar a llevar adelante sus proyectos siempre que representen un punto de vista moral respetable<br>- Interés activo en que el otro pueda defender sus principios aunque no se comparta sus concepciones de vida (construcción compartida)<br>- La tolerancia se convierte en respeto desde la solidaridad |
| ***Solidaridad (fraternidad)*** | Actitud de una persona que pone interés en otras y se esfuerza por los asuntos de esas otras personas participando con el mismo empeño en cierta cosa (causa común) | - Es valor moral cuando no es solidaridad grupal, sino solidaridad universal, por ejemplo, paz, desarrollo, respeto al medio ambiente, etc.<br>- Valor indispensable para vivir bien |
| ***Diálogo*** | Acción comunicativa que compromete a quien lo realiza y a quien lo acepta, y lo hace responsable en la búsqueda compartida (cooperativa) de lo verdadero y de lo justo | - Deben participar todos los afectados como protagonistas/interlocutores<br>- Estar dispuesto a escuchar para mantener o modificar su posición<br>- Bilateral<br>- Que todos puedan expresar sus puntos de vista y replicar<br>- Encontrar solución justa<br>- Entender al interlocutor<br>- Descubrir lo que tenemos en común<br>- Atender a intereses universalizables, es decir, de todos los afectados |

William Galston (citado por López, 1997:114), explica que para una ciudadanía responsable se requiere, además, una serie de virtudes divididas en cuatro grupos:

***a)*** Virtudes generales: coraje, observancia de la ley, lealtad.
***b)*** Virtudes sociales: independencia, apertura.
***c)*** Virtudes económicas: ética laboral, capacidad de postergar la propia satisfacción, adaptabilidad al cambio económico y tecnológico.
***d)*** Virtudes políticas: capacidad para discernir y respetar los derechos de los demás, voluntad de demandar sólo lo que puede ser pagado, habilidad para evaluar el desempeño de quienes detentan cargos públicos, voluntad para involucrarse en la discusión pública.

Por otro lado, Mercedes Charles (1995:165-166) apoya y amplía lo mencionado por Cortina sugiriendo que la *educación ciudadana* debe poner los cimientos de una *cultura ciudadana*: el respeto a los otros, la tolerancia, la actitud de escuchar y comprender, la solidaridad y la colaboración, el diálogo, la participación activa, el trabajo en equipo (sentido de grupo), la búsqueda de consensos, el respeto a las diferencias, la formación de un pensamiento sistemático y crítico.

Asimismo, Charles plantea que la conformación de esta cultura ciudadana puede ser muy bien trabajada desde la *educación para la recepción*, creando espacios de reflexión donde se proporcione a los grupos herramientas para reapropiarse de los mensajes y conformar un pensamiento autónomo, responsable y fundamentado sobre la base del diálogo. La educación para la recepción también pretende que las personas se constituyan en interlocutores, aprendan a ser emisores comprometidos con su propio proceso pedagógico y con el de los demás.

Para Humberto Vandenbulcke (1999:1), la *educación ciudadana* persigue —frente a la pasividad, resignación, lamento y sumisión de mucha gente en la sociedad actual— los siguientes propósitos:

- Sacar a la gente de su pasividad y encausar procesos para que llegue a la propuesta, la iniciativa, la búsqueda de soluciones, la formulación de propuestas, la toma de iniciativas y la acción individual y colectiva.
- Aumentar la participación de la población en la (auto)gestión de la sociedad.
- Democratizar y potenciar a la sociedad desde abajo, es decir, desde la sociedad civil.
- Defender los derechos y promover también los deberes ciudadanos con respecto al mejoramiento de la calidad de vida (desarrollo integral).
- Llenar a la gente de confianza y afirmar la identidad de los pobres para poder luchar y actuar en la sociedad.

Todo lo anterior requiere la adquisición de *códigos de modernidad*, vale decir, un "conjunto de conocimientos y destrezas necesarios para participar en la vida pública y desenvolverse productivamente en la sociedad moderna" (CEPAL y UNESCO, citadas por Calderón, *et.al.*, 1996:46).

La participación, entendida como un factor clave para el acceso igualitario a la vida pública, se asienta en el intercambio comunicativo de la sociedad que se manifiesta, según Fernando Calderón *et.al.* 1996:55-56, en que las personas puedan "expresar sus demandas y opiniones en los medios de comunicación de masas (...); manejar los códigos y las destrezas cognoscitivas de la vida moderna para adquirir información estratégica y expandir sus opciones vitales; manejar las posibilidades comunicativas y el ejercicio de derechos para defender sus diferencias culturales y desarrollar sus identidades de grupo o de territorio".

## Capítulo III

# Ciudadanía en Bolivia
# En el camino de la participación popular

Necesitamos desarrollar la flexibilidad para poder aprender a aprender, la voluntad para poder aprender a hacer, la valentía para poder aprender a ser y el amor para poder aprender a convivir.

***Jacques DeLors y la Comisión sobre la Educación 2000 de las NN.UU.***

### A. COYUNTURA HISTÓRICA DE UN LARGO CAMINO A LA DEMOCRACIA

La síntesis histórica que se presenta a continuación no espera constituirse en un resumen de la Historia Boliviana, desde un hito fundamental (1952) en adelante. Por ello, solamente muestra sintetizadamente algunos de los hechos más importantes de la segunda mitad del siglo XX, que permitieron consolidar ciudadanías en continua reconstrucción.

La Revolución Nacional de 1952 abrió el acceso a la ciudadanía a miles de personas —predominantemente rurales, analfabetas, de habla no castellana y marginalmente integradas en la economía del país[32]— a través del *voto universal*, el *derecho a la educación* —mediante la Reforma Educativa de 1953—, la supresión del pongueaje, el mitanaje y la eliminación del sistema latifundista gracias a la *Ley de Reforma Agraria*, que planteó el principio de "la tierra es de quien la trabaja".

El voto universal constituye un hecho de importancia histórica que reorganiza totalmente la sociedad boliviana, estableciendo ciudadanía política para los campesinos[33] y las mujeres. Sobre este asunto, Fernando Canelas (1999:81) escribió:

> Durante toda la primera mitad del siglo XX el voto había sido restringido. No podían votar los analfabetos ni las mujeres, sino solamente los "ciudadanos", concepto que implicaba la demostración de una renta mínima. Mediante el decreto del 21 de julio de 1952 se ampliaba el derecho a voto a toda la población a partir de los 21 años sin restricción de sexo, edad, instrucción u oficio. Con esta medida, casi el 70% de la población tuvo acceso a la decisión política dentro del sistema democrático.

Esto significó que de los 204.649 inscritos con voto "calificado" o restringido —de una población superior a los tres millones de habitantes— para las Elecciones de 1951, se pasara, en las primeras Elecciones que se ejerce el voto universal, en 1956, a una población electoral de 1.119.047 ciudadanos.

---

[32] Herbert Klein (1993:234) comenta que del total de la población económicamente activa registrada en el Censo de 1950, un 72% se dedicaba a la agricultura e industrias independientes; no obstante, esta fuerza de trabajo sólo producía alrededor del 33% del Producto Nacional Bruto.

[33] Término introducido por el Movimiento Nacionalista Revolucionario (MNR) a partir de 1952, frente al de "indio". Este último cargado de menosprecio, el mismo que era determinado, fundamentalmente, por la lengua materna y la fisonomía, pero también de acuerdo a la ocupación y la vestimenta del pueblo nativo. Este arraigado racismo era practicado por una minoría de la población, considerada mestiza o chola por residir en el área urbana, hablar español y vestir ropa europea, y por los "blancos", miembros de la clase gobernante que se pensaban con herencia hispánica o europea (Dunkerley, 1987:32-33).

A principios de la década de los años sesenta, el gobierno de los Estados Unidos dio su pleno apoyo a Víctor Paz Estenssoro —uno de los principales artífices de la Revolución del ‘52— para la reorganización de su partido, el Movimiento Nacionalista Revolucionario (MNR), y la prolongación de su tercer período presidencial, como un medio para evitar la subversión comunista. En noviembre de 1964, pocos meses después de las Elecciones y del triunfo de Paz, las Fuerzas Armadas (FFAA) prescindieron de él a través de un golpe de Estado y pusieron el gobierno en manos de una Junta encabezada por el vicepresidente, Gral. René Barrientos.

A partir de entonces, se abrió por el lapso de 18 años —interrumpido por un corto tiempo de 15 meses de gobiernos civiles— una larga etapa de gobiernos militares, con el consiguiente avasallamiento de todas las posibilidades del ejercicio constitucional de los derechos —especialmente, el de emitir libremente sus ideas y opiniones por cualquier medio de difusión— y deberes ciudadanos, la anulación de las garantías constitucionales, la censura total de la prensa y la represión violenta a la población. El periodo de mayor inestabilidad política de la historia de Bolivia se lo registra entre 1978 y 1982, cuado el país tuvo 9 presidentes (7 de facto y 2 constitucionales).

Entre 1978 y 1980, los electores volvieron a las urnas por tres veces consecutivas, antecedente de la agonizante crisis política, económica y, sobre todo, moral que se vivía en ese entonces. Estas Elecciones fueron frustradas por una actitud gubernamental a favor del fraude, un estancamiento congresal, una presión militar y un consiguiente desgaste del sistema “democrático” manifestado en la abstención de los votantes y los votos blancos y nulos.

A comienzos de 1978, el gobierno de Hugo Bánzer Suárez (1971-1978) tuvo que soportar agitaciones obreras y una huelga de hambre que agrupó a más de mil personas, particularmente esposas de los 348 dirigentes sindicales mineros y políticos que se encontraban en el exilio. Se exigía la amnistía total y la completa libertad sindical. El gobierno cedió y, en consecuencia, renacieron la Central Obrera Boliviana (COB) y la Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia (FSTMB). Bánzer renunció a toda pretensión de quedarse en el poder, por lo que la jefatura militar dio pleno apoyo a su sucesor, Gral. Juan Pereda, y llamó a elecciones después de 14 años de gobiernos militares. Al advertir que las perdían y que ni el fraude electoral los haría ganadores, Pereda recurrió al golpe de Estado, declaró inválidas las elecciones y anunció que gobernaría hasta el resultado de las próximas el año siguiente.

En noviembre de 1978 se produjo otro golpe, a cargo de los oficiales militares jóvenes en contra de los veteranos, del que salió una Junta presidida por el Gral. David Padilla. Ésta no sólo anunció nuevas elecciones para 1979, sino que el gobierno no presentaría ni apoyaría a ningún candidato. Las elecciones de 1979 fueron honestas[34], pero se produce un estancamiento que ocasiona que el Congreso vuelva a convocar a elecciones para 1980 y nombre como presidente interino a Walter Guevara Arze, que ocupaba el cargo como presidente del Senado. Ése fue el primer régimen civil desde 1964. Paulatinamente, comienza hacerse más vigorosa la demanda de los pueblos originarios por su dignidad como ciudadanos y el respeto y cumplimiento de sus derechos elementales. Para apoyar esta tarea que se inició en la Revolución de 1952, se crea la Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesina de Bolivia (CSUTCB), en 1979, que desempeña un rol decisivo en la recuperación de la democracia.

Guevara es derrocado, en noviembre de 1979, por una Junta Militar, que duró poco más de dos semanas. Pasó a ocupar la presidencia, Lidia Gueiler Tejada, la primera y única presidenta del país hasta la fecha. En julio de 1980, el Gral. García Meza desconoció con un violento golpe de Estado el proceso electoral de ese año, que arrojó como triunfador por mayoría relativa (38.74%) a Hernán Siles Zuazo, de la Unidad Democrática y Popular (UDP).

A partir de entonces, la demanda creciente de retorno a la vida democrática por parte de todos los sectores de la sociedad, la presión de la opinión internacional, la aguda crisis política y la descomposición y corrupción de las FFAA —fruto de la participación de niveles de mandos altos en el tráfico internacional de cocaína—, fueron algunos de los factores[35] que propiciaron, en octubre de 1982, la renuncia forzosa de la última Junta Militar y la decisión de convocar al Congreso elegido en 1980, cerrando, así, la era de regímenes militares autoritarios. Este Congreso reconstituido designó por

---

[34] Carlos Mesa (1990:151) menciona que “La conclusión más importante de este proceso electoral es que con él se inicia una nueva etapa histórica en las elecciones bolivianas. Se termina la hegemonía de un partido [MNR] con capacidad de galvanizar a más del 50% del electorado y comienza una era de pluripartidismo surgido de la aplicación de una democracia más real y pluralista.”

[35] Susana Peñaranda (2001:2) defiende la tesis de que la derrota de los gobiernos dictatoriales, y la consiguiente reconquista de la democracia, se debió, en gran parte, a la educación política que brindaban los partidos políticos de izquierda a sus militantes y seguidores. Esta educación ciudadana —apoyadas por publicaciones masivas— ofrecía los instrumentos necesarios para la interpretación crítica de la realidad del país, al mismo tiempo que esbozaba modelos ideales de Estado y sociedad. “Luego de más de 15 años de vida democrática el resultado es lamentable. La cultura política de la población se ha estancado e incluso empobrecido.”

mayoría absoluta con 113 votos sobre 146, a Siles como Presidente Constitucional de la República.

El restablecimiento de la democracia boliviana marcó el inicio de un proceso de cambio orientado a crear las condiciones necesarias para la construcción de una sociedad justa, democrática y participativa, en el marco de respeto a las garantías constitucionales de las personas[36]. El inicio de este proceso se caracterizó por una débil institucionalidad, así como por una explosión de demandas sociales (más de un millar de huelgas, movilizaciones, marchas y paros) impulsados desde el movimiento sindical y una agudización de la crisis económica, hasta el punto de que en 1985 se llegó a la hiperinflación (8.767%) más grande de la historia de Bolivia.

Ante la imposibilidad de solucionar esta crisis, los partidos políticos con representación parlamentaria pidieron a Siles renunciar a un año, de los cuatro, de su mandato constitucional y convocar a elecciones para mediados de 1985. El presidente Siles aceptó. Hugo Bánzer Suárez, de Acción Democrática Nacionalista (ADN), recibió en esas elecciones la mayor votación (28.57%), entre las 18 candidaturas participantes. Sin embargo, al no obtener la mayoría absoluta (más del 50% de los votos), todos los partidos con representación en el Congreso votaron y ungieron como presidente (1985-1989) al candidato que obtuvo el segundo lugar (26.42%), vale decir, Paz Estenssoro, del MNR.

En ese mismo año, se firmó el "Pacto por la democracia" del MNR con ADN, a través del cual esta última fuerza política se comprometió a apoyar todas las acciones que hicieran posible gobernar libremente. Sobre la base de este acuerdo político se promulga, el 29 de agosto de 1985, el decreto supremo 21060, que marcó la liberalización total del mercado (libre oferta y demanda) y la racionalización del aparato estatal mediante el despido masivo de trabajadores públicos ("relocalización" de 23.000 mineros). Este decreto provocó una nueva era político-económica, que daba fin al Estado y al poder sindical (de la COB y la FSTMB), que se contribuyó a crear en la Revolución de 1952. Asimismo, se debilitó severamente la izquierda boliviana y se dio paso a la creación de dos nuevos partidos de corte populista: Unidad Cívica Solidaridad (UCS) y Conciencia de Patria (CONDEPA), que participaron como parte de la coalición gobernante en los gobiernos que sucederían desde entonces. Los militares se retiran del escenario político y el sistema de partidos políticos con representación parlamentaria asume el monopolio de la acción política.

---

[36] Véase República de Bolivia, 1995, especialmente el Título II – Garantías de las Personas (Art. 9º al Art. 35º), de la Primera Parte.

El gobierno del MNR continuó con su estricto programa gubernamental de estabilización y ajuste estructural —denominado Nueva Política Económica— destinado a reducir el déficit fiscal y restablecer el orden en lo económico, dando a los mercados y al sector privado un rol fundamental. Desde entonces, las políticas y acciones gubernamentales estuvieron encaminadas a ese fin. Es para destacar que en diciembre de 1987 se realizaron en el país, por primera vez desde 1947, elecciones municipales, que a partir de entonces se llevan a cabo regularmente cada 5 años.

En mayo de 1989 se realizan las elecciones nacionales, donde resulta ganador Gonzalo Sánchez de Lozada (23.07%), del MNR, seguido de Hugo Bánzer de ADN con el 22.7% y Jaime Paz Zamora, del Movimiento de Izquierda Revolucionario (MIR) con el 19.64%. En una acción sin precedentes, Bánzer apoya a Paz Zamora con sus votos parlamentarios y éste último es consagrado presidente (1989-1993), acompañado por el candidato a la vicepresidencia de ADN, Luis Ossio Sanjines. Esta alianza (MIR-ADN) entre partidos históricamente opuestos, marcó un hito esencial para la democracia boliviana, al igual que los hechos que se sucedieron posteriormente, tal como los relata Canelas (:128):

> El 5 de febrero de 1991 y el 9 de julio de 1992, se firmaron acuerdos entre los principales partidos políticos del país, en un rasgo de madurez sin precedentes en nuestra historia y sin parangón en América Latina. Los acuerdos permitieron el nombramiento de una nueva Corte Nacional Electoral[37]; igual procedimiento se usó para nombrar los jueces de la Corte Suprema y el Contralor General.

Como resultado de las elecciones de 1993, Sánchez de Lozada, del MNR, asume la presidencia (1993-1997) y la vicepresidencia, Víctor Hugo Cárdenas, el primer aymara en asumir este cargo en la historia de Bolivia. En su gobierno, se intentó cohesionar el modelo neoliberal, implantado a partir del decreto 21060, con políticas sociales integrales. En esta línea, se diseñó un marco legal sustentado en tres pilares fundamentales: la *Ley de Participación Popular*[38], la de *Reforma Educativa*[39] y la de *Capitalización*[40].

[37] Esta nueva *Corte Nacional Electoral*, creada con el consenso de todos los partidos políticos, devolvió a la población la fe en el proceso electoral y en el ejercicio de su ciudadanía política.
[38] Por su importancia para el presente estudio, se revisará la Participación Popular con mayor detalle en el título "C" de este mismo Capítulo.
[39] La *Ley de Reforma Educativa* establece que la educación de be ser un instrumento eficiente y equitativo, que posibilite y garantice la sólida y permanente formación de todos los recursos humanos en función de los intereses del país y que, al mismo tiempo, sea compatible con las exigencias de los procesos de cambio a escala mundial. Para cumplir con este objetivo, esta Ley dispone la creación de un sistema educativo nacional, universal y participativo, gratuito en todos los establecimientos fiscales y obligatorio en su nivel primario. La enseñanza debe ser

En su conjunto, estas medidas estuvieron destinadas a incrementar la participación social y la representatividad de las instancias organizativas de la sociedad, mejorando la provisión de servicios básicos, poniendo un énfasis en los aspectos educativos y buscando niveles superiores de bienestar al facilitar procesos más eficientes de producción, inversión y empleo.

Del mismo modo, la *Ley de Reformas a la Constitución Política del Estado* (CPE), como producto de un amplio consenso nacional, crea mecanismos para mejorar el acceso de los ciudadanos a los procesos políticos, económicos y sociales del Estado. Su eje principal es el reconocimiento de la diversidad multiétnica y pluricultural del país, y el perfeccionamiento del sistema democrático, a través de las reformas electorales[41] y la modernización de la administración de justicia con la creación de:

*a)* **El Tribunal Constitucional.-** Integrado por 5 magistrados, que son designados por el Congreso. Este Tribunal tiene como atribuciones principales el sentenciar sobre la inconstitucionalidad de leyes y decretos, resolver conflictos de competencia entre los Poderes Públicos del Estado y determinar la constitucionalidad de tratados o convenios firmados con gobiernos extranjeros u organismos internacionales.

*b)* **El Consejo de la Judicatura.-** Es el órgano administrativo y disciplinario del Poder Judicial, con atribuciones sobre la nominación de autoridades y la administración del Escalafón Judicial.

*c)* **El Defensor del Pueblo.-** Vela por la vigencia y el cumplimiento de los derechos y garantías de las personas con

---

intercultural y bilingüe, además de ser integral, progresista y científica en el desarrollo de las capacidades del individuo.

[40] La Ley de Capitalización se plantea abrir al sector privado la participación accionaria en las empresas estatales más importantes del país: hidrocarburos, electricidad, agua, transportes, telecomunicaciones, fundiciones y aeronáutica. La capitalización es un proceso que permite incrementar la inversión en las empresas capitalizadas —administradas por los inversionistas— y distribuir la propiedad de las empresas entre los ciudadanos bolivianos de 65 y más años de edad.

[41] Estas reformas electorales contemplan la extensión del período constitucional para el Presidente de la República, Vice-Presidente y Parlamentarios, de 4 a 5 años; la elección directa en distritos uninominales del 50% de los Diputados Nacionales y el total de los Alcaldes y Concejales Municipales; la incorporación de todo ciudadano mayor de 18 años al Registro Electoral, que incrementa la masa de votantes al 52% de la población.

relación a la actividad administrativa del sector público, así como por la defensa, promoción y divulgación de los Derechos Humanos.

Todas las disposiciones legales mencionadas, redefinen el rol del Estado y de sus relaciones con la sociedad civil, reduciendo sus actividades directas en el sector productivo, mejorando su rol normativo con énfasis en una economía de mercado, ampliando la participación ciudadana y descentralizando la provisión de servicios básicos. Así, se establecen las bases y condiciones apropiadas sobre las que se pretende construir y potenciar el *desarrollo humano*, nuevo enfoque de desarrollo adoptado desde entonces para el país.

En las elecciones presidenciales de 1997, Hugo Bánzer, de ADN, ganó con el 22.3% de los votos, Juan Carlos Durán, del MNR, obtuvo el segundo lugar con el 18.2% y Remedios Loza, de CONDEPA, el tercero con el 17.2%. En estas elecciones se aplicó, por primera vez, el sistema de diputados uninominales y plurinominales. Para sustentar su gobierno, ADN conformó una colación con CONDEPA, MIR y UCS.

El gobierno de Bánzer (1997-2002), dando continuidad a las políticas de Estado adoptadas por su antecesor, puso en funcionamiento el Tribunal Constitucional, el Consejo de la Judicatura y el Defensor del Pueblo. Entonces en octubre de 1999 el Congreso aprobó una nueva Ley de Municipalidades[42]que recoge las principales avances de la Participación Popular y agrega otros aspecto para mejorarla (procedimiento para el cambio de Alcalde, derecho al control social y fondos para este fin, etc.).

Por otro lado, en septiembre de 1997 este gobierno convocó al Dialogo Nacional con la participación de los principales sectores de la sociedad civil y política. Este se retomo en el 2000, proponiéndose como objetivos los de contribuir en el establecimiento de lineamientos para enfrentar efectivamente la corrupción y profundizar la democracia, retroalimentando al sistema político y a los poderes del Estado para que procesen y tengan en cuenta las demandas de instituciones de la sociedad civil, municipios, académicos y de la ciudadanía en general. Para alcanzar estos objetivos, se organizo mesas municipales y departamentales.

Asimismo, entro en vigencia el Nuevo Código de procedimiento Penal en el 2001. Sus lineamientos generales son el respeto a los principios y garantías constitucionales, la revalorización de la víctima, el control efectivo de la

[42] La anterior Ley Orgánica de Municipalidades es de 1985.

retardación de justicia, el control judicial de la ejecución de la pena, el respeto a la diversidad cultural al reconocer la justicia comunitaria y la participación y control ciudadanos. Este último punto se da por medio de la conformación de Tribunales de Sentencia: 2 jueces técnicos y 3 jueces ciudadanos elegidos de las listas de la Corte Nacional Electoral, que sean mayores de 25 años, en pleno ejercicio de sus derechos ciudadanos, y que poseen domicilio, profesión, oficio u ocupación conocidos.

### B. MARCO JURÍDICO PARA EL EJERCICIO DE LA CIUDADANÍA EN BOLIVIA

La CPE —reformada por ley de 12 de agosto de 1994, y adecuada y concordada por ley de 6 de febrero de 1995— determina que Bolivia es un país libre, independiente, soberano, multiétnico y pluricultural, constituido en República unitaria, que adopta para su gobierno la *forma democrática representativa*. Conforme con este último aspecto, el ejercicio de la soberanía del pueblo está delegado a los poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial, por lo que éste no delibera ni gobierna, sino por medio de sus representantes y de las autoridades creadas por ley, a los cuales elige en elecciones.

Si bien el sufragio constituye la base del régimen democrático representativo, y se funda en el voto universal, directo, individual y secreto, libre y obligatorio, el ejercicio de la ciudadanía no puede reducirse solamente a cumplir con éste. La Ley de Participación Popular —como se verá más adelante— incluye un sistema de democracia participativa que lo complementa de manera enriquecedora.

En su Artículo 41º, la CPE establece que son ciudadanos, todos los bolivianos, varones y mujeres mayores de 18 años edad[43], sin importar su nivel de instrucción, ocupación o condición económica. De acuerdo con el Artículo 40º de la CPE, esta ciudadanía consiste en: a) concurrir como elector o elegible a cargos de representación pública; y, b) ejercer funciones públicas, sin otro requisito que la idoneidad, salvo las excepciones establecidas por Ley. La Corte Nacional Electoral, a través de la Ley Electoral de 1997, en su Artículo 5º, integra otra "capacidad" del ciudadano: organizarse en partidos políticos.

El Estado reconoce que todo ser humano tiene personalidad y capacidad jurídicas con arreglo a las leyes, por lo que goza de los derechos, libertades

[43] La anterior Constitución, del 2 de febrero de 1967, establecía en su Artículo 41º que eran ciudadanos los bolivianos varones y mujeres mayores de 21 años de edad siendo solteros o de 18 años siendo casados.

y garantías reconocidos por la CPE, sin distinción de raza, sexo, idioma, religión, opinión política o de otra índole, origen, condición económica o social, u otra distinción cualquiera. En ese sentido, la libertad y la dignidad de la persona —respetadas y protegidas por el Estado— son inviolables.

## 1. Derechos fundamentales de la persona

El Artículo 7º de la CPE reconoce que toda persona tiene los siguientes derechos fundamentales, conforme a las leyes que reglamentan su ejercicio:

- ***a)*** A la vida, la salud y la seguridad.
- ***b)*** A emitir libremente sus ideas y opiniones por cualquier medio de difusión.
- ***c)*** A reunirse y asociarse para fines lícitos.
- ***d)*** A trabajar y dedicarse al comercio, la industria o a cualquier actividad lícita, en condiciones que no perjudiquen al bien colectivo.
- ***e)*** A recibir instrucción y adquirir cultura.
- ***f)*** A enseñar bajo la vigilancia del Estado.
- ***g)*** A ingresar, permanecer, transitar y salir del territorio nacional.
- ***h)*** A formular peticiones individual o colectivamente.
- ***i)*** A la propiedad privada, individual o colectivamente, siempre que cumpla una función social.
- ***j)*** A una remuneración justa por su trabajo que le asegure para sí y su familia una existencia digna del ser humano.
- ***k)*** A la seguridad social, en la forma determinada por esta Constitución y las leyes.

Según el Artículo 42º de la CPE, estos derechos se suspenden en los siguientes casos:

- ***a)*** Por tomar armas o prestar servicios en ejército enemigo en tiempo de guerra.
- ***b)*** Por defraudación de caudales públicos o quiebra fraudulenta declarada, previa sentencia ejecutoriada y condenatoria a pena corporal.
- ***c)*** Por aceptar funciones de Gobierno extranjero, sin permiso del Senado, excepto los cargos y misiones de los organismos internacionales, religiosos, universitarios y culturales en general.

## 2. Deberes fundamentales de la persona

El Artículo 8º de la CPE añade los siguientes deberes u obligaciones con la sociedad y el Estado, que deben ser cumplidos para garantizar la convivencia armónica y pacífica de todos los bolivianos, la satisfacción de sus necesidades y la realización de sus propósitos:

- ***a)*** De acatar y cumplir la Constitución y las leyes de la República.
- ***b)*** De trabajar, según su capacidad y posibilidades, en actividades socialmente útiles.
- ***c)*** De adquirir instrucción por lo menos primaria.

*d)* De contribuir, en proporción a su capacidad económica, al sostenimiento de los servicios públicos.
*e)* De asistir, alimentar y educar a sus hijos menores de edad, así como de proteger y socorrer a sus padres cuando se hallen en situación de enfermedad, miseria o desamparo.
*f)* De prestar los servicios civiles y militares que la Nación requiera para su desarrollo, defensa y conservación.
*g)* De cooperar con los órganos del Estado y la Comunidad en el servicio y la seguridad sociales.
*h)* De resguardar y proteger los bienes e intereses de la colectividad.

De igual forma, el Artículo 6º de la Ley Electoral de 1997 fija que todo ciudadano está obligado a inscribirse en el Padrón Electoral, a ejercer el derecho de sufragio, a guardar el secreto del voto y, a velar por la libertad y pureza del acto eleccionario.

## C. FORTALECIENDO LA CIUDADANÍA BOLIVIANA: LA PARTICIPACIÓN POPULAR

La *Ley Nº 1551 de Participación Popular*[44], promulgada el 20 de abril de 1994, promueve una descentralización profunda del Estado boliviano al crear el marco legal para el reconocimiento, promoción y consolidación de la participación ciudadana en la gestión municipal —como pilar del ejercicio ciudadano activo y responsable—, en un proceso de incorporación de la *democracia participativa* a la democracia representativa implantada en la CPE.

Este nuevo escenario sociopolítico, económico y territorial que emerge en Bolivia a partir de la implementación de la Ley 1551, tiene por objetivo la articulación de los pueblos indígenas, comunidades campesinas y juntas vecinales en la vida jurídica, política y económica del país, así como el mejoramiento de su calidad de vida, con una equitativa distribución y mejor administración de los ingresos públicos.

---

[44] La Participación Popular es parte de un proceso de descentralización, que en 1995 se complementa con la Ley No. 1654 de Descentralización Administrativa. Esta última Ley reconoce un proceso mixto de descentralización, que articula tres niveles de la administración pública: a) el nacional, b) el municipal y c) el departamental. En este último, se ejercen, por medio de las Prefecturas, funciones administrativas delegadas por el Poder Ejecutivo. La Prefectura es el órgano articulador y armonizador entre los gobiernos nacional y municipal, reconocidos por la CPE.

Asimismo, busca que se involucre en el nivel de planificación, gestión y toma de decisiones públicas en el ámbito local (municipio[45]), para que —mediante su participación protagónica en el proceso democrático— puedan desarrollar sus capacidades y potencialidades para el ejercicio activo de su ciudadanía.

## 1. El Gobierno en el ámbito municipal

Desde la implementación de la Ley 1551 de Participación Popular, el municipio es la unidad territorial política y administrativamente organizada en la jurisdicción y con lo habitantes de la Sección de Provincia, base del ordenamiento territorial del estado boliviano. Se convierte en el escenario local—que incluye un ámbito tanto urbano como rural—donde se construye el desarrollo, esto es, donde se trabaja para resolver las necesidades de los ciudadanos, ampliando sus capacidades humanas básicas para mejorar su calidad de vida.

La CPE instaura que el gobierno y la administración de lo municipios se ejerce por Gobierno Municipales autónomos y de igual jerarquía. El Gobierno Municipal es una instancia autónoma, esto es, con potestad normativa, ejecutiva, administrativa y técnica. Este gobierno en el ámbito local está a cargo de:

***a)*** **Un Concejo Municipal.-** Es la máxima autoridad del Gobierno Municipal, constituyéndose en el órgano representativo, deliberante, normativo y fiscalizador de la gestión municipal. Está conformado por concejales y concejalas, que son elegidos(as) por votación universal, directa y secreta por un periodo de cinco años.
Entre las principales atribuciones del Concejo están la de elegir y fiscalizar las labores del Alcalde, dictar y aprobar ordenanzas (normas generales del municipio), revisar y aprobar el Plan de Desarrollo Municipal (PDM) y el Plan de Operaciones Anual (POA), y otras.

***b)*** **Un Alcalde Municipal.-** Es la cabeza del Ejecutivo Municipal, que tiene a su cargo la dirección, promoción y supervisión del

---

[45] Municipio es la unidad territorial, política y administrativamente organizada en la jurisdicción y con los habitantes de la Sección de Provincia, base del ordenamiento territorial del Estado boliviano. La CPE instaura que el gobierno y la administración de los municipios se ejerce por los Gobiernos Municipales autónomos y de igual jerarquía.

desarrollo de la jurisdicción territorial respectiva; por lo tanto, tiene potestad ejecutiva, administrativa y técnica.

Las más importantes atribuciones del Alcalde son las de representar al Gobierno Municipal, promulgar y proponer ordenanzas, ejecutar las decisiones del Concejo dictando resoluciones, informar al Comité de Vigilancia sobre el manejo de recursos y movimiento económico de la Alcaldía, etc.

Y como órgano ejecutivo del Gobierno Municipal se halla la *Alcaldía*, con su respectiva estructura: a la cabeza está el Alcalde, que es la máxima autoridad ejecutiva elegida por voto en el Concejo, luego vienen las Oficialías Mayores, las Direcciones, las Jefaturas de Unidad, las subalcaldías en cada *distrito municipal*[46] y los Funcionarios Municipales. Los subalcaldes Municipales son nombrados por el Alcalde, forman parte del Ejecutivo y pueden administrar los recursos asignados para su distrito.

## 2. Los ejes sobre los que se asienta la Participación Popular

Con el objeto de cumplir sus objetivos, la Participación Popular considera, fundamentalmente, dos instrumentos:

***a)*** **Descentralización administrativa.-** Reorganiza al país sobre una nueva configuración territorial (municipalización[47]), al descentralizar la administración estatal en las *Secciones de Provincia*, las mismas que se constituyen en la jurisdicción territorial —tanto urbana como rural— del Gobierno Municipal. A favor de estos últimos, se incrementan sus recursos y se les amplían sus competencias, transfiriéndoles la infraestructura física y la gestión (administración, equipamiento, mantenimiento y mejoramiento) de las áreas de educación, salud, deportes, caminos vecinales y micro-riego.

Con esta combinación de mecanismos, se busca que "la construcción y el mantenimiento de la infraestructura productiva

[46] Los Gobiernos Municipales pueden organizar administrativamente el territorio del Municipio en distritos municipales; por lo tanto, son unidades administrativas territoriales. Este ordenamiento territorial en distritos debe servir para desconcentrar la gestión municipal, facilitando la planificación, la adecuada distribución de los recursos humanos, técnicos y financieros y, sobre todo, para el respeto a la diversidad de culturas que hay en el Municipio.

[47] En la actualidad, el territorio boliviano está organizado en 314 municipios. El PNUD (:95) encontró que "los municipios del oriente del país han consolidado más una cultura institucional favorable a la resolución concertada de conflictos y definición de acciones comunes. La región del valle se sitúa en una posición intermedia, mientras la zona altiplánica muestra más obstáculos para articular una acción colectiva en el municipio."

y de servicios constituya una responsabilidad local, pues es allí donde mejor se identifican las necesidades y se controlan el gasto y la ejecución" (Pérez y Baldivia: 28). Esta es una de las formas para lograr que la comunidad se involucre y fiscalice.

*b)* **Redistribución de los recursos tributarios.-** La Ley de Participación Popular contempla la asignación anual, abonada por el Tesoro General de la Nación, del 20% de los impuestos nacionales (recursos por coparticipación tributaria[48]) recaudados en renta y aduana, a favor de todos los municipios —que tengan una población mayor a 5000 personas—, de acuerdo a su número de habitantes[49]. Para dotarlos de ingresos propios, se reconoce a los Municipios, además, la facultad exclusiva de cobrar y administrar impuestos sobre inmuebles y vehículos y transacciones de estos bienes.
Los requisitos que debe cumplir el Gobierno Municipal para acceder a estos recursos económicos, son la presentación —con la aprobación del Comité de Vigilancia— del POA del municipio y su presupuesto al Ministerio de Hacienda, y la rendición de cuentas correspondiente a la gestión anual anterior.

### 3. Los sujetos de la Participación Popular

Se define como sujetos de la Participación Popular a las *Organizaciones Territoriales de Base* (OTB'S), que son las unidades básicas de carácter comunitario o vecinal que ocupan un espacio territorial determinado, comprenden una población sin ninguna diferenciación y guardan una relación con los órganos públicos del Estado a través del Gobierno Municipal de la jurisdicción donde están ubicadas. Estos sujetos deben permitir y facilitar la participación de los ciudadanos en la toma de

---

[48] En total, en los seis años (1994-2000), la Participación Popular movió más de 1.146 millones de dólares americanos. La inversión de este dinero fue básicamente en obras de infraestructura (40%), educación (20%), salud (15%) y sectores productivos (25%). Para el 2000 se programaron, aproximadamente, 159 millones de dólares americanos para los 314 municipios. "Los municipios del sector oriental del país han dado prioridad a la inversión en proyectos productivos, mientras que los del occidente volcaron los recursos hacia temas sociales y de educación, pero las dos regiones hicieron más gastos en urbanismo e infraestructura" (La Razón, 2001:16). Según datos del Viceministerio de Participación Popular, los niveles de corrupción en el manejo de los fondos de coparticipación en los municipios, en el 2000, no pasó del 3% y hubo una ejecución de casi un 80% de los POAs (La Razón:16).

[49] Cuando se aprobó la Ley, en 1994, la coparticipación por habitante era de Bs. 62 y en el 2000 fue de Bs. 193, lo que muestra que los recursos económicos a los municipios de los nueve departamentos de Bolivia ha ido creciendo paulatinamente.

decisiones de las políticas del Gobierno Municipal. Asimismo, se convierten en los sujetos activos del desarrollo municipal, puesto que participan activamente en la planificación, gestión, ejecución y control del mismo.

Organizadas según sus usos y costumbres o disposiciones estatutarias, las OTB'S se expresan dentro de la jurisdicción territorial de un Gobierno Municipal en:

*a)* **Pueblo indígena.-** Es la colectividad humana que desciende de poblaciones asentadas con anterioridad a la conquista o colonización, y que se encuentran dentro de las actuales fronteras del Estado. Posee historia, organización, idioma o dialecto y otras características culturales con las que se identifican sus miembros reconociéndose como pertenecientes a la misma unidad socio-cultural. Mantienen un vínculo territorial en función de la administración de su hábitat y de sus instituciones sociales, económicas, políticas y culturales.
En el marco de la definición anterior, se consideran OTB'S de carácter indígena a las etnias, capitanías, cabildos indígenas, ayllus y otras formas de organización existentes.

*b)* **Comunidad indígena.-** Es la unidad básica de organización social y territorial de los pueblos indígenas que se encuentra dentro de la jurisdicción de un municipio.

*c)* **Comunidad campesina.-** Es la unidad básica de la organización social en el ámbito rural, que está constituida por familias campesinas nucleadas o dispersas que comparten un territorio común, en el que desarrollan sus actividades productivas, económicas, sociales y culturales.
A estos efectos, se reconocen las formas de organización comunal en cuanto representen a toda la población de la comunidad y se expresen en sindicatos campesinos y otras que cumplan con dicha condición.

*d)* **Junta vecinal.-** Es la asociación de personas que tienen su domicilio principal en un determinado barrio o unidad vecinal en las ciudades principales o intermedias y pueblos, que se organizan con el fin de conservar, demandar y obtener la prestación de los servicios públicos, y desarrollar sus actividades productivas, económicas, sociales y culturales dentro de su espacio territorial.

El Estado reconoce legalmente a las OTB'S como representantes de la sociedad civil ante el Estado, otorgándoles —a las organizaciones que cumplan con el requisito de registrarse de conformidad al procedimiento establecido por Ley— *personalidad jurídica*, vale decir, capacidad de actuar y participar ante cualquier instancia pública o privada para ejercer, demandar y hacer valer su ciudadanía: ser sujetos de derechos y deberes.

Según el Artículo 7º de la Ley de Participación Popular, las OTB'S tienen los siguientes derechos:

- ***a)*** Proponer, pedir, controlar y supervisar la realización de obras y la prestación de servicios públicos de acuerdo a las necesidades comunitarias, en materia de educación, salud, deporte, saneamiento básico, micro-riego, caminos vecinales y desarrollo urbano y rural.
- ***b)*** Participar y promover acciones relacionadas a la gestión y preservación del medio ambiente, el equilibrio ecológico y el desarrollo sostenible.
- ***c)*** Representar y obtener la modificación de acciones, decisiones, obras o servicios brindados por los órganos públicos, cuando sean contrarios al interés comunitario.
- ***d)*** Proponer la ratificación o el cambio de las autoridades educativas y de salud dentro de la respectiva jurisdicción municipal.
- ***e)*** Acceder a la información sobre los recursos destinados a la Participación Popular.

Asimismo, el Artículo 8º de la mencionada Ley, plantea los siguientes deberes para las OTB'S:

- ***a)*** Identificar, priorizar, participar y cooperar en la ejecución y administración de obras para el bienestar colectivo, atendiendo preferentemente los aspectos de educación formal y no formal, mejoramiento de la vivienda, cuidado y protección de la salud, masificación del deporte y mejoramiento de las técnicas de producción.
- ***b)*** Participar y cooperar con el trabajo solidario en la ejecución de obras y en la administración de los servicios públicos.
- ***c)*** Coadyuvar al mantenimiento, resguardo y protección de los bienes públicos, municipales y comunitarios.
- ***d)*** Informar y rendir cuentas a las comunidades de las acciones que desarrollen en su representación.
- ***e)*** Interponer los recursos administrativos y judiciales para la defensa de los derechos reconocidos en la presente Ley.
- ***f)*** Promover el acceso equitativo de mujeres y hombres a niveles de representación.

Con el objeto de articular a las OTB'S con cada uno de los Gobiernos Municipales en el ejercicio de sus derechos y obligaciones, la Ley de

Participación Popular conforma los *Comités de Vigilancia*. Estos son instancias representativas de la sociedad civil organizada que tienen como objetivo principal articular las demandas y representar los intereses de las OTB'S ante el Gobierno Municipal o cualquier otra instancia de orden público. De la misma forma, asumen la representación de ésta en el control social a la gestión municipal, asegurándose que las sugerencias y solicitudes de los ciudadanos sean atendidas en el PDM para su cumplimiento en beneficio de la colectividad.

El Comité de Vigilancia —constituido por un(a) representante de cada Cantón o Distrito de la jurisdicción, elegido(a) por la OTB respectiva— posee, según el Artículo 10º de la Ley 1551, las siguientes atribuciones:

> ***a)*** Vigilar que los recursos municipales de Participación Popular sean invertidos en la población urbana y rural, de manera equitativa, constituyendo el nexo para que las OTB'S ejerzan los derechos reconocidos por la presente Ley.
> ***b)*** Controlar que no se destinen en gastos corrientes del Gobierno Municipal más del 15% de los recursos de la Participación Popular.
> ***c)*** Pronunciarse sobre el presupuesto de los recursos de Participación Popular, y la rendición de cuentas de gastos e inversiones efectuadas por el Gobierno Municipal. Este pronunciamiento deberá hacerse público por cualquier medio de comunicación, remitiéndose copia al Poder Ejecutivo para que actúe de conformidad a las atribuciones que le reconoce la Constitución Política del Estado.

En síntesis, el Comité de Vigilancia tiene dos atribuciones primordiales que son la de *articulación* entre las OTB'S y el Gobierno Municipal, y de *control social* de la gestión municipal, es decir, en la supervisión y vigilancia de que los recursos de la coparticipación tributaria sean utilizados de acuerdo a las leyes y normas vigentes en beneficio equitativo de la población urbana y rural, vigilar que los planes, programas, proyectos y actividades programadas sean ejecutados en los tiempos establecidos y según la PPM.

## 4. El instrumento de la Participación Popular: la Planificación Participativa

La Ley de Participación Popular establece la realización de un único proceso concertado de planificación del desarrollo bajo la dirección y responsabilidad del Gobierno Municipal. Para que este proceso adquiera un carácter verdaderamente participativo, deben integrarse a el todos los

*actores sociales*[50] e *institucionales públicos*[51] y *privados*[52], que ejercen diferentes roles y funciones en la jurisdicción del Municipio, para compartir, reflexionar y jerarquizar sus propuestas y demandas en busca de una efectiva alianza de intereses que impulse una gestión municipal compartida.

Por tanto, la PPM es la aplicación de los procedimientos y metodologías de la planificación al contexto municipal, con una efectiva participación social organizada en el diseño y gestión de su propio desarrollo.

La PPM es un proceso que permite articular a la sociedad civil y el Gobierno Municipal, promoviendo y efectivizando la participación ciudadana y democratizando la toma de decisiones en la definición, ejecución, control y evaluación de actividades para el desarrollo del Municipio. Este proceso se materializa a través de los siguientes aspectos trazados por el Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente (1997b:13):

***a)*** **La participación masiva** de hombres y mujeres de la comunidad en los autodiagnósticos comunales, que identifican, conciertan y priorizan la problemática, potencialidades, limitaciones y aspiraciones de la comunidad.

***b)*** **La participación delegada** de los representantes de las Organizaciones Territoriales de Base (OTB'S), de las Asociaciones Comunitarias, de otras organizaciones de la sociedad civil y del Comité de Vigilancia en los eventos y talleres distritales/cantonales y seccionales en los que se concierten y definan prioridades, visiones, programas y proyectos del proceso de PPM.

***c)*** **El control social** que ejerce el Comité de Vigilancia y las OTB'S en el seguimiento, evaluación y ajuste de las acciones y proyectos que se implementan en las comunidades.

---

[50] Son considerados como actores sociales, las OTB'S, el Comité de Vigilancia, las Asociaciones Comunitarias y otras organizaciones de la sociedad civil cuya naturaleza y acciones responden a fines e intereses sectoriales o temáticos específicos (productivas, gremiales, profesionales, cívicas, deportivas, de educación, salud, etc.).
[51] Los actores institucionales públicos son el Gobierno Municipal, la Prefectura Departamental y otras instituciones públicas.
[52] Son actores institucionales privados, las Organizaciones No Gubernamentales (ONG'S), otras instituciones privadas de carácter social y las denominadas Entidades Ejecutoras (contratos específicos con el Gobierno Municipal).

Precisamente, PPM es la aplicación de los procedimientos y metodologías de la planificación al contexto municipal, con una efectiva participación social organizada en el diseño y gestión de su propio desarrollo. Por ello, para pasar de formalidad burocrática a instrumento participativo que promueva—desde el ámbito local, pero también articulando al departamental y nacional—la gestación de ciudadanías, requiere procesos de capacitación y apoyo técnico desde el Estado y, también, a través de formas concertadas con *ONG'S* y otras instancias de la sociedad civil.

Los principales instrumentos de la PPM son:

*a)* **El Plan de Desarrollo Municipal (PDM).-** Es la guía del desarrollo municipal a mediano plazo (5 años), constituyéndose en la legítima expresión de la demanda social priorizada.
La formulación del PDM parte del Diagnóstico (limitaciones y potencialidades del Municipio), define la visión estratégica (cómo se quiere que sea el Municipio) y establece las prioridades de desarrollo en una programación quinquenal o de mediano plazo (cómo se logrará ese desarrollo).

*b)* **El Plan de Operaciones Anual (POA).-** Es la expresión operativa anual del PDM, vale decir, su programación (actividades, tiempos, recursos, responsables, medición de resultados) y puesta en práctica por año.
El POA debe ser elaborado por el Gobierno Municipal con amplia participación ciudadana, por lo que debe merecer un pronunciamiento favorable del Comité de Vigilancia y ser aprobado por el Concejo Municipal para su ejecución. En consecuencia, el Gobierno Municipal sólo puede ejecutar proyectos y actividades en el marco del POA, por lo que se constituye en la base para realizar el control social.

El quehacer de las *ONG'S* y de las *instituciones privadas de desarrollo social* (IPDS) cobra una nueva dimensión en el contexto de la Participación Popular. Pérez y Baldivia (:67-68) se refieren a una serie de ventajas de las ONG'S y las IPDS en este campo, entre las que destacan dos:

***a)*** tienen una presencia amplia en el territorio nacional, con una vinculación y conocimientos estrechos de las especificidades locales; y,
***b)*** poseen recursos humanos, técnicos y financieros importantes para la elaboración y realización de políticas y programas de desarrollo, especialmente en el ámbito local y rural.

A juzgar por el Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente (1997a:11), éstas "son actores que coadyuvan a la implementación del proceso, apoyando y colaborando técnica y financieramente en la formulación y ejecución del PDM, del POA y los proyectos."

## 5. Logros y limitaciones de la Participación Popular

En su perspectiva de desarrollo humano, el PNUD (2000:78) apunta que la *descentralización* —promovida por la Ley 1551— es concebida, ante todo, "como un mecanismo para ampliar la democracia, construir la ciudadanía y fortalecer los espacios públicos a fin de que las personas puedan mejorar colectivamente sus condiciones de vida." En consecuencia, se considera a la Participación Popular como un pilar fundamental del desarrollo humano porque, como instrumento, permite incrementar las capacidades humanas básicas y, como mecanismo, convertir a las personas en actores de su propio desarrollo.

Estos hechos cobran singular importancia en un país como Bolivia que se caracterizó, de acuerdo con María Pérez y José Baldivia (1997:23), por fuertes tendencias a la exclusión de sectores y regiones no directamente ligados al poder económico y, además, por limitarse a las expresiones políticas de la democracia representativa, es decir, al voto en las elecciones municipales y nacionales.

A siete años de iniciado el proceso de Participación Popular, el PNUD (:80-81) resume algunos de los logros[53] más relevantes de esta Ley:

- ⇒ **Consolidación institucional:** se reafirmó la estructura institucional de los municipios.
- ⇒ **Vinculación y funcionamiento de espacios públicos:** articulación entre municipios (mancomunidades y/o vinculaciones con ONG'S) y algunos órganos del gobierno central en ámbitos donde se puede discutir y decidir acciones que afectan a la vida cotidiana de la gente.
- ⇒ **Participación ciudadana:** mecanismos institucionalizados en la mayoría de los municipios.

[53] Para ampliar sobre los mecanismos de participación en los municipios y las necesidades de los ciudadanos para mejorar su participación, véase Camacho, 2000.

Entre 1994 y 2000, la Participación Popular movió más de 1.146 millones de dólares americanos. La inversión de este dinero fue básicamente en obras de infraestructura (40%), educación (20%), salud (15%) y sectores productivos (25%). Para el 2000 se programaron, aproximadamente, 159 millones de dólares americanos para los 314 municipios del país.

> Los municipios del sector oriental del país han dado prioridad a la inversión en proyectos productivos, mientras que los del occidente volcaron los recursos hacia temas sociales y de educación, pero las dos regiones hicieron más gastos en urbanismo e infraestructura" (La Razón, 2001:16).

Según datos del Viceministerio de Participación Popular (La Razón:16), los niveles de corrupción en el manejo de los fondos de coparticipación en los municipios, en el 2000, no pasó del 3% y hubo una ejecución de casi un 80% de los POA'S. Cada vez se está manejando de una manera más participativa estos fondos gracias al control de las OTB'S y los Comités de Vigilancia, aunque se presentan algunos casos de malos manejos (sobreprecios, oficinas y automóviles de lujo, viajes, incremento de sueldos, etc.), especialmente en los municipios del área rural.

No obstante, en su tránsito de norma jurídica hacia la construcción de realidad fáctica, esta Ley no ha creado aún las condiciones para que el Estado y la sociedad garanticen a los ciudadanos el goce de sus derechos fundamentales. Muy poco se avanzó en la construcción de una *cultura política ciudadana* activa y comprometida, que forme a las personas sobre la base de los valores democráticos y morales cívicos, que fortalezca su sentimiento de pertenencia a la comunidad política y a la coordinación de acciones en beneficio común, que aumente su disposición al diálogo y la concertación, que promueva su participación social en la esfera pública[54] y en diversas instancias de toma local de decisiones, que estimule la conciencia sobre los derechos y deberes que tienen como miembros de la comunidad; en suma, que labre una ciudadanía política, social, económica, civil e intercultural plena.

Las labores de *educación ciudadana* en esta dirección no han sido asumidas sistemáticamente por institución alguna, salvo el afán aislado de algunos medios populares y ciertas ONG'S. Ni siquiera los *partidos políticos*, concebidos como instituciones de derecho público que ejercen la representación de la ciudadanía —y cuya misión fundamental es la de

[54] Al respecto, Peñaranda (:2) explica atinadamente sobre la apatía de la población, que "Se ha replegado en la vida privada y familiar. No participa en agrupaciones más grandes que el núcleo familiar y de amigos."

defender y vigorizar el régimen democrático y el sistema representativo de gobierno—, se apropiaron de este cometido.

Por su parte, UDAPSO y PNUD (1997:19) exponen que la Ley 1551 adelantó poco en la superación del escenario de *inseguridad humana* que caracteriza a la implementación efectiva de la Ley de Participación Popular. Este escenario se caracteriza por “la creciente visibilización participativa de la desigualdad extrema y la pobreza crítica, expresadas en carencias de capacidad humana básica, que excluye a gran parte de la gente en términos de su acceso a la educación, salud, nutrición, saneamiento básico, seguridad alimentaria, aislamiento de la vida política, empleo, justicia, disparidades de género, disparidades urbano rurales, deterioro del medio ambiente, dificultades de sus sistemas productivos, etc.” Las demandas sociales crecientes que surgen hacen insuficientes los recursos disponibles para satisfacerlas.

Frente a esta situación, se requiere el concurso de todos los actores, incluidos los medios masivos de comunicación —y en especial, por sus características propias, las radios populares— , para la profundización y consolidación de la Participación Popular desde los ámbitos locales, en una lógica de articulación con los departamentales y nacional. Más adelante se demostrará empíricamente como las radios asociadas a ERBOL coadyuvan en la implementación de la Participación Popular desde su labor cotidiana.

# Segunda parte:

## Comunicación ciudadana de cara al nuevo milenio

# Capítulo IV

## Radios populares con carta de ciudadanía

Cuando más conozcan los pueblos
sus propios derechos y respeten los
derechos de los demás, mayor
probabilidad habrá de que vivan
juntos en paz.
Sólo si instruimos a la gente acerca
de los derechos humanos
podremos aspirara evitar la
violación de esos derechos y con
ello, aspirar también a evitar los
conflictos…

***Kofi Annan, 2000***

> Junto a la demanda de vivienda, de atención en salud y de diversificación del consumo, se agrega con especial fuerza la demanda de información, de conocimientos útiles, de transparencia en las decisiones, de mejor comunicación en la empresa y en la sociedad, y de mecanismos de representatividad política y de visibilidad pública.
> ***Fernando Calderón et.al.***

### A. Comunicación ciudadana para una sociedad justa y solidaria

Para Hernán Gutiérrez Oviedo *et.al.* (1997:51) las dos áreas que son el soporte de toda democracia son la *cultura política de los ciudadanos*, es decir, la forma de percibir, relacionarse y actuar ante el Estado, y el *sistema comunicativo* que se encuentra en la base de las relaciones políticas y públicas entabladas entre los gobernantes y ciudadanos.

Por ello, ahora es imprescindible —declaran Gutiérrez *et.al.*— orientar la mirada hacia "la forma en que ciudadanos y medios ´viven` la política, es fijarse en las capacidades comunicativas del sistema político de una sociedad" (:52), para llegar a puntos de acuerdo y consenso comunes, en otras palabras, construir aquello que es común a todos: *la democracia*.

Por su parte, Claudia Villamayor y Ernesto Lamas (1998:219) establecen que la temática de la ciudadanía y de la democracia se entrelazan con la comunicación debido a que el sistema de medios masivos se constituye hoy en un verdadero espacio para el debate y para la visualización de las diferentes realidades e identidades y la participación plural de los diferentes actores sociales.

A partir de estos y otros factores se produce en los últimos años el desplazamiento —referido por Villamayor y Lamas (1998:219)— del campo de lo político al campo de la comunicación: la radio y la televisión ahora se constituyen en los espacios donde la gente concurre a participar, denunciar, reclamar, decir su palabra, al mismo tiempo que éstos y otros medios masivos se convierten en nuevas plazas para la democracia "donde la realidad se legitima, pero al mismo tiempo en el lugar de la manifestación de estéticas diferentes, de expresiones culturales, sociales, religiosas."

Manuel Antonio Garretón (1995) examinó la vinculación de los medios masivos de comunicación con el ejercicio de la ciudadanía a partir de dos dimensiones, que resumimos a continuación en la siguiente tabla (2-1):

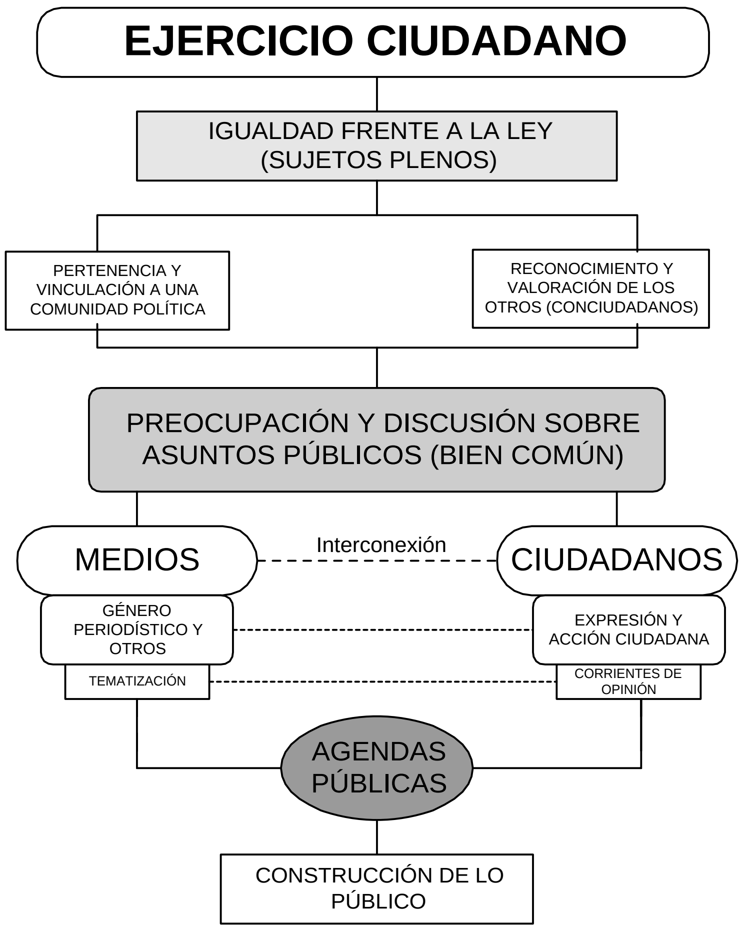
**Tabla 2- 1**

| RELACIÓN MEDIOS MASIVOS Y CIUDADANÍA | |
|---|---|
| **PRIMERA DIMENSIÓN: MEDIOS COMO EXPRESIÓN/ EJERCICIO DE CIUDADANÍA** | **SEGUNDA DIMENSIÓN: MEDIOS COMO CAMPO/ ESPACIO DE CIUDADANÍA** |
| En esta dimensión Garretón (1995:106) reconoce que los medios masivos son un ámbito nuevo mediante el cual las personas expresan y ejercen su ciudadanía en diversos campos: "A través de ellos se aprenden formas de realización de libertades, igualdades y calidad de vida que no se conocían. Asimismo, los medios pueden ser controladores de diversas formas de poder".<br>En este caso, los medios proporcionan los elementos (por ejemplo, información) para que aumente el "poder ciudadano". | Por otro lado, Garretón (1995:107) plantea que las personas también definen y (re)configuran su ciudadanía en la relación que establecen con los medios. Esta constitución de la ciudadanía que pasa frente a la oferta mediática es lo que María Elena Hermosilla (1995:1820) denominó *ciudadanía comunicativa*. "Más aún cuando hoy observamos cómo la ciudadanía se construye [también] desde el ser público de los medios" (Alfaro, 1995:130).<br>Al respecto, Claudia Villamayor y Ernesto Lamas (1998:223) agregan —en otro texto— que los medios juegan un papel insustituible en la construcción de ciudadanía orientada hacia la consolidación de una sociedad democrática: "mediante el acceso [el uso] y la participación en los medios, los ciudadanos pueden ejercer ciudadanía al hacer uso de la libertad de expresión y al acceder, a través de ellos, al espacio público." Pero esto no es suficiente, ya que de la misma manera se debe —como apuntan ambos autores (:229)— "fomentar en los ciudadanos el ejercicio del control sobre los medios de comunicación, tanto privados como públicos." |
| **AMBIVALENCIAS** | |
| Garretón (:106) reconoce que el aspecto ambivalente de esta dimensión es que "los medios pueden sustituir en forma ilusoria los campos de la ciudadanía a los que no se tiene acceso: homogenizan experiencias que no se han vivido, hacen sentirse parte de una modernidad identificada con la de los medios emisores, se constituyen en sustitutos de proyectos centrales de sentido de la vida individual y | No hay un control y una regulación democrática de los medios para preservar el principio de ciudadanía en este campo. "En ese sentido, la calidad, relevancia y profundización de la democracia, pasa por el debate y el consenso nacional sobre los medios de comunicación y el control ciudadano de ellos [políticas nacionales de comunicación]" (Garretón, 1995:108). |

| | |
|---|---|
| colectiva.” | |

En el continuo proceso de aprendizaje que marca el ejercicio de ciudadanía, Villamayor y Lamas (1998:224) destacan la contribución de los medios de comunicación entre la de diferentes instituciones de la sociedad. Ellos agregan que desde éstos siempre se construye ciudadanía, ya sea activa y participativa o una ciudadanía pasiva vinculada exclusivamente con el consumo. En este último caso —añaden Villamayor y Lamas— se homologa ciudadanía con audiencia y participación, con consumo.

Para el caso de los medios comunitarios y populares, Rosa María Alfaro (1999a:59) plantea que deben establecer una mayor articulación con lo político a través de la dimensión ciudadana, ya que “es a partir de la construcción de ciudadanías que podemos seguir sosteniendo hoy el trabajo comunitario.” Esta interlocución de carácter político propiciada por estos medios se trabaja, a juzgar por Alfaro, desde la construcción de intereses comunes, de redes de diálogo, debate y concertación. Así, estos medios se convierten en *foros públicos* donde la gente discute, delibera, construye *agendas públicas* (véase Gráfico 2-1).




FUENTE: Elaboración del autor sobre la base de la reflexión de Sandro Macassi (1997).

En relación con el gráfico anterior (2-1), Sandro Macassi Lavander (1997:111) comenta que el “ser ciudadano” se funda en un principio básico: la igualdad ante la ley, es decir, “ser reconocidos como sujetos plenos”. Este ejercicio ciudadano —prosigue Macassi— se refiere al grado tanto de pertenencia como de reconocimiento que son reafirmados a partir de la discusión y preocupación de los asuntos del manejo del Estado (*res publica* para los antiguos romanos).

Estos asuntos se canalizan, tratan, evidencian y debaten en la tematización[55] propuesta por los medios masivos de comunicación —primordialmente a través del género periodístico con sus respectivos subgéneros y formatos— y las corrientes de opinión de los ciudadanos en torno a éstos, llegando a establecer en esta “negociación” las *agendas públicas*, “que no son otra cosa que el listado de temas y enfoques sobre los cuales una comunidad centra su atención en un momento determinado” (Macassi, 1997:113).

> En resumen, las agendas públicas no sólo son negociaciones entre medios y ciudadanos por centrar la atención sobre “lo importante”, sino que es una de las principales formas en que se activa el ser ciudadano, la pertenencia a una comunidad y se trazan los destinos comunes.(...) Por lo mismo, las agendas respecto a la ciudadanía (pues no se agotan en ella) tienen la potencialidad expresiva para ayudar a construir intereses comunes y ser conformadores del “ser ciudadano” (Macassi, 1997:114).

Ciertamente, las agendas públicas tienen un lugar central en el ejercicio ciudadano ya que se constituyen en uno de los espacios donde la gente puede expresarse y encontrarse en torno a temas de interés común y, en algunos casos, también constituir movimientos ciudadanos que pongan en evidencia pública, “en la boca de todos”, temas y demandas de diversa índole.

---

[55] Según Hernán Gutiérrez *et.al.* (1997:68), la tematización es el proceso mediante el cual se “transforma en noticias, en información pública, los asuntos que están causando inquietudes en la gente. A partir de esta tematización es que es posible dialogar, debatir y llegar a puntos de consenso. Para ‘tematizar’ —dicen estos autores— es necesario tomar en cuenta algunas condiciones, como por ejemplo la credibilidad, es decir, la confianza que el medio de comunicación ha construido con su público a lo largo de la relación comunicativa, y la potencia, o sea la cobertura y capacidad de llegada de la emisora.”

### B. LAS RADIOS POPULARES Y LA CIUDADANÍA

*Lo que define a las radios comunitarias y ciudadanas es su rentabilidad sociocultural. Así como hay lugar en el espectro para radios comerciales que buscan la rentabilidad económica y para radios estatales que buscan la rentabilidad política, debe haber espacio para emisoras que no pretenden la ganancia ni el proselitismo, sino la construcción de ciudadanía, el ejercicio de derechos y el cumplimiento de deberes, la creación de consensos en torno a causas nobles, la mejoría en la calidad de vida de la gente.*

***Carta de las Radios Comunitarias y Ciudadanas, AMARC,1997***

El reciente relacionamiento de la misión y práctica de las radios populares en contribución al ejercicio de la ciudadanía —planteado por la Asociación Mundial de Radios Comunitarias[56] (AMARC) y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica[57] (ALER)— llevó a conceptualizarlas como *ciudadanas*, más allá del apellido de "educativas"[58] con el que nacieron hace más de medio siglo a partir de la experiencia de las escuelas radiofónicas iniciada por radio Sutatenza[59], en Colombia.

Por su parte, la Coordinadora de la Red de Comunicación Popular del Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL), Rosa María Alfaro (1999d:10), manifiesta que la radio apuesta por un nuevo *sentido*

---

[56] AMARC, fundada en agosto de 1983, es una asociación de coordinación, cooperación, consulta, intercambio y promoción para las radios comunitarias en todo el mundo. Constituye un foro para la democratización de las comunicaciones. Está reconocida como organismo no gubernamental internacional, de carácter laico y sin fines de lucro. Su misión es promover el movimiento de las radios comunitarias, representarlas a escala mundial, ofrecer servicios a sus miembros y asegurar el desarrollo de la radiodifusión comunitaria.

[57] Con la denominación de ALER se constituye en 1972 una asociación civil privada de carácter educativo, de inspiración cristiana y sin fines de lucro, que integra actualmente 92 instituciones de comunicación radiofónica en 17 países de América Latina y el Caribe. Su misión es fortalecer el movimiento de la radio popular para favorecer la democratización de las comunicaciones en América Latina y contribuir a la construcción de sociedades democráticas y participativas, sin exclusiones, donde todos los sectores sean protagonistas de su propio desarrollo.

[58] Para María Cristina Romo (1987:101) una de las formas en que se presenta la radio educativa —que conforme a esta misma autora es aquella radio que emite programas que responden a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de la gente— es la *popular-participativa*, que se constituye actualmente en "la experiencia más humana y más socialmente significativa en la radio latinoamericana." Romo añade que son aquellas radioemisoras que han abierto sus micrófonos para que el pueblo se exprese a través de ellos, cante, llore, ría, en una palabra, se comunique.

[59] Ana María Peppino (1999:38) plantea los antecedentes de la radio popular latinoamericana a partir de dos vertientes: la católica, que se inicia con radio Sutatenza (Colombia, 1947), y la sindical con La Voz del Minero (Bolivia, 1944), que marca una larga trayectoria de las radios de los sindicatos mineros.

*ciudadano* expresado en su particular aporte a la formación de la ciudadanía dentro de una política democratizadora de la comunicación y de nuestras sociedades.

## 1. ¿Lo popular en la radio o la radio en lo popular?

Como punto de partida, es fundamental aclarar la concepción que aquí se maneja en torno a lo *popular* y que, en definitiva, determina los modos de relacionarse y comprender las prácticas comunicativas que se inscriben en esta línea de trabajo y en este modo particular de descifrar la realidad.

Para ello, en primera instancia se propone con Erick Torrico (2000) asumir *lo popular comunicacional* —es decir, lo popular en sus vinculaciones con la comunicación— como objeto de conocimiento, porque se reconoce como valioso para la cotidianidad de las mayorías y, además, se constituye en un elemento central de la reconfiguración de los estudios en Comunicación desde mediados de la década de los años '80.

Además, se rescata junto a Jorge Merino (1988) la *comunicación popular* como el marco que engloba determinadas prácticas comunicativas en un espacio de lo democrático y participativo. Estas prácticas se caracterizan básicamente porque parten de la cultura y necesidades de los grupos populares, permitiendo tanto a emisores como a receptores intercambiar continuamente sus posiciones. Asimismo, "*está definida prioritariamente para la participación de todos los sujetos que en ella intervienen, sobre todo aquellos a los que más directamente les atañe el proceso en el que están incluidos*" (:19). Lo que marca, entonces, las *prácticas comunicativas populares* es un modelo ético-práctico donde los actores se encuentran implicados en intercambios recíprocos, regidos por su identidad de intereses, a partir de "estrategias participantes".

En el caso concreto de las radios populares, se observa que en cada época y lugar se las calificó con una serie de adjetivos debido a la gran capacidad y versatilidad de estos medios por acomodarse a los tiempos con propuestas y prácticas diferentes: "rurales" o "locales" en África, "públicas" en Australia, "libres" o "asociativas" en Europa, así como "comunitarias", "educativas", "participativas", "rurales", "insurgentes", "interactivas", "alternativas" y, recientemente, "ciudadanas" en América Latina. Con todo, detrás de cada una de estas formas de nombrarse se encuentran demandas, deseos, sentimientos y utopías de determinados sectores de la sociedad, los propios modos internos de entender el contexto y entenderse

entre sí, y ensayar respuestas como instituciones radiofónicas a cada situación en particular.

Siguiendo la reflexión de Torrico, en este estudio se define la *radio popular* —o más bien, radios populares en plural, haciendo referencia a un movimiento múltiple en cuanto a sus realidades y experiencias, pero articulado en torno a una visión compartida— como la aplicación de las cosmovisiones de los sectores subalternizados de la sociedad y, por ende, de la situación, pensamiento y accionar de la mayoría de la población boliviana[60], a la producción y emisión de discursos radiofónicos propios. Además, estas radios, como se verá más adelante, tienen su propia lógica de funcionamiento (de rentabilidad sociocultural), lo que las diferencia sustancialmente de otros medios masivos de comunicación. En su reflexión, Merino (1988:57) lo refiere en sus propias palabras:

> En América Latina se llaman Emisoras Populares a aquellas estaciones de radio que han optado por trabajar de cerca y a favor de las grandes mayorías desposeídas, e implementan una comunicación horizontal participativa, frente a la radiodifusión comercial de corte vertical, autoritario y alienante.

En esta dirección, las radios populares responden a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de los sectores subalternos, es decir, relegados, discriminados y empobrecidos de la sociedad civil; los mismos que se delimitan, en la mayoría de los casos, por su limitado acceso "a bienes y servicios —materiales e intelectuales— que les aseguren condiciones básicas de dignidad, seguridad, subsistencia y desarrollo, así como por su falta de participación real en los procesos políticos que les conciernen" (Torrico, 2000:3).

Por ello, además de enmarcarse en el mundo de la pobreza y las estrategias de supervivencia para la satisfacción de sus necesidades básicas, los sectores populares también son concebidos por la falta de reconocimiento, la exclusión política, económica y cultural, y la marginación de sus derechos como seres humanos, de la que son objeto por su género, etnia, nivel socioeconómico, ubicación geográfica, etc.

Lo *popular* adquiere, por lo tanto, un carácter político que busca el cambio social que beneficie las actuales condiciones de vida de estos sectores. En esa dirección, se pueden entender "los procesos que hicieron de indios, mestizos, artesanos, universitarios, grupos cívico-vecinales, cocaleros,

---

[60] Según el Censo Nacional de Población y Vivienda de 1992, el 69.8% de los hogares bolivianos tiene sus necesidades básicas insatisfechas, lo cual alcanza al 51.1% de las familias urbanas y al 94% de las rurales.

indígenas, maestros y otros sectores protagonistas de diversas luchas o negociaciones, unificadas o fragmentarias, por la justicia, el reconocimiento, la subsistencia, el empleo, las regalías, los salarios, el territorio o el poder político" (:7).

Por lo tanto, las radios populares tienen como sujeto, fuente y destino prioritario de su acción, las *culturas populares* que, para Néstor García Canclini (1981), ocupan una común situación de subalternidad[61], subordinación, marginación y oposición frente a lo hegemónico, lo cual otorga una identidad compartida a grupos sociales diversos que coinciden solidariamente en ese proyecto.

Esta visión es corroborada por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER, 1996:62) cuando establece que lo *popular* se refiere a sectores excluidos o marginados, por diversas razones, de los derechos y beneficios económicos, sociales y políticos. En consecuencia, "*Popular* designa la posición de ciertos actores en el drama de las luchas y las transacciones" (García, 1995:180). No obstante, García reconoce que lo popular no es un concepto científico con una serie de rasgos distintivos susceptibles de definirse unívocamente.

El reconocimiento, promoción e integración de estos sectores es una tarea fundamental en la consolidación de las radios populares, ya que establecen un proceso de doble vía —fundamentado en la participación que promueven— entre emisores y receptores para moldear el perfil de la radio que se quiere y necesita: "Una emisora que se entrega a la comunidad, se *populariza*" (López Vigil, 1997:540). En este sentido, podemos afirmar con el Representante para América Latina de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), José Ignacio López Vigil (:541), que lo popular es un estilo de vivir, de pensar, de relacionarse con el público; en suma, una escala de valores ligada a la búsqueda de una mejor *calidad de vida*[62] para los más necesitados, ayudando a construir ciudadanía desde su sentido educativo comunicacional.

---

[61] Fernando Calderón *et.al.* (1996:107) hablan de sectores sociales que sufren una triple exclusión: discriminación cultural (factores étnicos o rezagos educativos), exclusión socioeconómica y marginación respecto de los mecanismos de representación y participación políticas.

[62] "Aquí se debe entender calidad de vida primero en un sentido convencional, vale decir, como mayor bienestar personal y social mediante la satisfacción de necesidades básicas y mayores márgenes de realización personal. En segundo término se entenderá calidad de vida [en su dimensión subjetiva ligada a valores, actitudes, aspiraciones, creencias, proyecciones] como un conjunto de capacidades o cualidades de los sujetos que les permite, precisamente, un mejor y mayor desarrollo personal" (PNUD, 2000:118).

Para UNDA-AL y ALER (1993:20), las radios populares se hacen educativas por su forma democrática de concebir y hacer comunicación. En esa dirección, hablar de *un uso comunicativo popular* de la radio para facilitar el protagonismo y la presencia pública de los sectores populares, fortaleciendo sus acciones y prácticas culturales productivas, sociales y políticas. "Con ella busca provocar la presencia del pueblo en n acciones más amplias, de forma que puedan participar realmente en las decisiones sociales y en la construcción de un poder popular". (:19).

Además, como aclara Rafael Roncagliolo (1996:50), la *radio popular*[63] "no es un tipo (jurídico) de propiedad, un (pobre) nivel técnico, un tamaño de onda, una (suicida) vocación por la pobreza, una (mínima) potencia, ni mucho menos, una (pésima) calidad de programación, sino una lógica de funcionamiento". La lógica de funcionamiento en la que se sitúan las radios populares es, según Roncagliolo, la de la *rentabilidad sociocultural*[64], que corresponde a la noción de servicio público, de servicio a la comunidad y "a los propósitos de afianzamiento de la democracia y logro de un desarrollo autosustentable" (:50).

Este servicio a la sociedad civil[65] es, sin duda, altamente político ya que, como explica López Vigil (1997:539), se trata de influir en la opinión pública, inconformar, crear consensos, ampliar la democracia y, en definitiva, construir comunidad. Roncagliolo va más allá al plantear que el problema —o reto actual— consiste en pasar de las lógicas de funcionamiento a las formas jurídicas de propiedad y, así, reclamar una *propiedad comunitaria* o *social de los medios de comunicación*.

---

[63] Es importante aclarar desde un principio que no existe una sola y única experiencia de *radio popular*. Como sostienen Claudia Villamayor y Ernesto Lamas (1998:224), bajo este mismo título hay una diversidad de propuestas, de experiencias y de estéticas que responden a trayectorias, procesos y características distintas. Por tanto, el movimiento de radios populares habla de una pluralidad de puntos de vista, de posiciones políticas, ideológicas o religiosas. "Desde esta diversidad —acotan los autores citados— se trabaja para garantizar el derecho [a la comunicación] de todos y cada uno a expresarse y a manifestar sus propias convicciones, aportando desde allí a la construcción común."

[64] Roncagliolo (1996:50) plantea otras dos lógicas que rigen el funcionamiento de los medios masivos de comunicación: a) la lógica de la rentabilidad económica, típica de las empresas comerciales con fines de lucro (primer objetivo: ganar dinero), b) la lógica de la rentabilidad política, propia de los aparatos estatales o partidarios y de religiones proselitistas que buscan en los medios aparatos de propaganda para ganar adeptos.

[65] Para López Vigil (1997:539), la sociedad civil está compuesta por aquellos ciudadanos que no forman parte de los poderes establecidos: económico, político, militar, religioso y el de los grandes medios de comunicación social. El poder de la sociedad civil —para este autor— se canaliza más o menos orgánicamente a través de loa llamados movimientos sociales con reivindicaciones ecológicas, de género, derechos humanos, nacionalidad indígena, calidad de vida y de consumo.

Complementando lo indicado por Roncagliolo, los autores de *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana* (1998), Claudia Villamayor y Ernesto Lamas, señalan que en América Latina existen aproximadamente mil radios que se pueden considerar comunitarias, educativas, populares o ciudadanas porque "se identifican por sus objetivos políticos de transformación social, de búsqueda de un sistema justo, con vigencia de los derechos humanos, con acceso y participación de las mayorías en el poder. Se reconocen también por no tener fines de lucro[66]" (:218). Está claro que las radioemisoras populares buscan una "nueva" sociedad, al identificarse con una opción política de transformación social.

La caracterización planteada por Villamayor y Lamas para englobar las experiencias de las radios populares se define por trazar y ejecutar unos objetivos político-culturales, comunicacionales y empresariales coherentes con la *comunidad de intereses* que comparte y representa. La esencia de lo *popular* se sitúa, entonces, en los objetivos sociales que se plantea el medio radiofónico en su quehacer comunicacional cotidiano.

Ana María Peppino (1999:35) concluye al explicar que estas radios no se circunscriben a un fenómeno homogéneo; no obstante, la multiplicidad de sus prácticas comunicativas no se excluyen unas a otras, sino que llegan a convivir paralela o simultáneamente y compartir objetivos comunes relacionados, fundamentalmente, con la democratización de la comunicación y el cambio social:

> consolidar y defender un proyecto de radio que garantice el acceso a la palabra a todos los grupos o sectores de la población a quienes siempre se les ha negado su uso, que tome en cuenta las necesidades prioritarias de las comunidades que sirve, que represente la diversidad cultural de su entorno, que apoyen y promuevan los cambios sociales necesarios para lograr una sociedad más justa.

De lo que se ha venido hablando hasta aquí es de la pertenencia prioritaria de las radios populares al Tercer Sector[67] —ámbito no lucrativo de la sociedad civil compuesto por organizaciones localizadas fuera del aparato

---

[66] Por *no lucrativo* entendemos con Villamayor y Lamas (1998:222) que "no se privatizan las utilidades, que los recursos que genera la organización pertenecen a la organización y se destinan a su desarrollo, es decir, al cumplimiento de sus objetivos."

[67] "En el espacio que llamamos Tercer Sector de carácter no lucrativo podemos reconocer a las asociaciones de servicios a terceros, de auto beneficio, educativas, religiosas, políticas, sindicales y organismos no gubernamentales (ONG´s). Estas instituciones cobran formas de partidos políticos, asociaciones vecinales, asociaciones profesionales, organizaciones de formación, medios de comunicación comunitarios, sociedades de beneficencia, agrupamientos de sectores excluidos como homosexuales, pueblos originarios, desocupados, para mencionar tan sólo algunos" (Villamayor y Lamas, 1998:221).

gubernamental que persiguen fines públicos— y no al sector público estatal o al sector privado comercial.

Al asumir su raíz en el pueblo y al manifestarse a su pleno servicio, la radio popular asume la responsabilidad de constituirse en un proyecto comunicacional de calidad, con todo lo que ello supone en el campo de la gestión, capacitación (profesionalización), producción, autofinanciamiento, equipamiento (nuevas tecnologías) y todos aquellos aspectos que la conviertan en una empresa social eficiente, donde el oyente no es sólo el cliente o el receptor, sino el actor protagonista. La radio popular está obligada a ser rentable y competitivo, sin dejar de lado su sentido original.

Como se puede apreciar, el sentido asignado a lo *popular*, más que una simple cuestión semántica, conlleva una reivindicación humana donde los menos favorecidos exigen protagonismo e interlocución en la construcción de una sociedad auténticamente democrática asentada en la participación. Como aseveró Mario Kaplun (1985), "los sectores populares no quieren seguir siendo meros oyentes; quieren hablar ellos también y ser escuchados". Así, lo popular nos habla de una comunicación democrática que hace referencia al diálogo, la participación, y la horizontalidad en la generación de comunidad desde las mayorías de los pueblos latinoamericanos.

## 2. Modelo de sociedad y desarrollo al que aspiran las radios Populares

ALER expresa en su nuevo horizonte teórico, un modelo de sociedad más humana al que aspira basada en dos ejes claves: *una nueva democracia y un nuevo desarrollo* (1996:52).

En el marco de una cultura solidaria, se impone la tarea doble —en concordancia con ALER (ídem)— de democratizar el Estado y la sociedad en su conjunto. *Democratizar el Estado* exige:

- Revisar los mecanismos de acceso al poder para garantizar la representatividad de todos los sectores sociales.
- Crear mecanismos e instancias de participación y fiscalización eficaces.
- Descentralizar el poder a través del fortalecimiento de las regiones y los gobiernos locales.
- Reconocer que el Estado debe tener como prioridad en sus estrategias de desarrollo, la satisfacción de las necesidades básicas de los ciudadanos. El desarrollo debe estar subordinado a los valores humanos.
- Garantizar a los ciudadanos el ejercicio, tanto de sus derechos civiles y políticos, como de sus derechos sociales.

A su vez, la *democratización de la sociedad* requiere, según lo planteado por ALER (:52-53):

- Un esfuerzo por redistribuir las riquezas y reducir las desigualdades sociales.
- Una mayor participación de la sociedad civil en las decisiones y la conducción de la sociedad en su conjunto.
- El respeto a las diferencias culturales, raciales, de género y de creencia.
- El respeto y la defensa del medio ambiente.
- La democratización de los medios de comunicación.
- La promoción de valores particulares relacionados con la honradez, la veracidad y la solidaridad humana.
- La reconstrucción de los partidos políticos y otras organizaciones sociales de carácter reivindicativo para que se renueven, modifiquen sus estructuras internas permitiendo la participación de sus integrantes y actúen con transparencia y apertura.

Esta nueva sociedad, basada en una convivencia más humana, plantea un Estado plenamente democrático y el disfrute de una ciudadanía íntegra a partir del cultivo de valores morales cívicos —como la igualdad, el respeto, la solidaridad y el diálogo— en espacios de activa participación y fiscalización en la construcción de una sociedad justa con un elevado *índice de desarrollo humano*[68] para todos y todas.

En el marco de un *nuevo desarrollo* —el segundo eje clave del modelo de sociedad delineado por ALER— que colabore en la construcción de una convivencia democrática, se instaura el desafío de la lucha contra la pobreza, que cada día que pasa se acrecienta más, "determinando graves exclusiones sociales y políticas".

Para iniciar esta tarea —afirma ALER en 1996—, se deben formular propuestas alternativas de desarrollo integral claramente diferenciadas de las estrategias liberales porque conciben que los procesos de reactivación económica deben ir acompañados de políticas globales que aseguren la participación social, el crecimiento (económico, social, político y cultural) de todas las personas y una transformación cultural de nuestras sociedades. El modelo de desarrollo al que hace referencia ALER es el *desarrollo humano*, tal como se lo esbozó en páginas anteriores.

---

[68] El *Índice de Desarrollo Humano (IDH)* con el que trabaja el PNUD está compuesto de los logros de la capacidad humana básica en tres aspectos fundamentales: una vida prolongada y saludable, la posesión de conocimientos, y un nivel de vida digno. Estas capacidades son expresadas a través de tres variables: esperanza de vida al nacer, nivel educacional e ingreso.

### 3. Compromisos estratégicos de las radios populares

Complementando el análisis de ALER, el radialista y facilitador José Ignacio López Vigil (542-548) registró cuatro *compromisos u objetivos estratégicos del movimiento de radios populares*:

a) ***Contribuir al desarrollo.-*** En este objetivo, López Vigil comprende a la comunicación y su papel en la sociedad como un espacio de diálogo, de interacción entre sujetos[69] —y no como una labor meramente técnica o de difusión y efecto[70]— que aporta el elemento de subjetividad personal y social, de motivación a los proyectos de desarrollo rescatando el protagonismo de los ciudadanos desde el análisis de sus factores culturales (costumbres, prejuicios, estados de ánimo, voluntades, sensibilidades, etcétera).
Subsiguientemente, a la comunicación le interesa en el campo del desarrollo —como revela Rosa María Alfaro (1993), investigadora de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, de Lima, Perú— saber qué está percibiendo, sintiendo y asimilando cada individuo, sector o agrupación social, para trabajar relaciones de poder desde el convencimiento, la seducción o la utilidad. La pregunta que guiará, pues, esta actividad se puede resumir de la siguiente manera: "¿qué expectativas colocan los beneficiarios en la implementación de los proyectos de desarrollo y cómo se van estableciendo y modificando relaciones y si influyen o no en la aplicabilidad o utilidad de los mismos?" (:24).

b) ***Ampliar la democracia.-*** Las radios populares deben asumirse como "parlamentos al aire libre", como "ágoras de ciudadanía" donde se ejerzan permanentemente mecanismos de participación y fiscalización por parte de la población.

c) ***Defender los Derechos Humanos.-*** Al mismo tiempo que estas radios se erigen en "tribunas para ampliar la democracia", deben

[69] Rosa María Alfaro (1993) concibe a la *comunicación* como una "interrelación compleja e interactuante entre el tipo de sociedad que existe, los medios que utiliza y las relaciones existentes entre los sujetos que la componen" (:23), es decir que la comunicación es una relación dinámica de interlocución —léase diálogo y participación— entre sujetos que les permite constituir las relaciones sociales.

[70] Para ampliar ambas concepciones de la comunicación y su vínculo con el desarrollo, véase Rosa María Alfaro, *Una comunicación para otro desarrollo: para el diálogo entre el norte y el sur*, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Lima, 1993, pp. 19-52.

también edificarse como tribunales para defender el cumplimiento de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

*d)* ***Proteger la diversidad cultural.-*** De acuerdo con López Vigil, no sólo las radios populares, sino de igual forma los medios comunitarios en general, se constituyen en reservas de valores propios, “bosques de nacionalismo” que promueven el derecho a ser diferentes por medio de los idiomas, medicina natural, música, fiestas tradicionales y otras manifestaciones culturales propias de cada país.
Villamayor y Lamas (:223) corroboran las aseveraciones de López Vigil al apuntar que las radios populares —o “comunitarias” y “ciudadanas” como ellos las denominan— “son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia.”
El reconocimiento de esta diferencia es para Alfaro (1993:34) la base indispensable para el intercambio educativo, es decir, para la construcción de relaciones de cercanía, goce, credibilidad y confianza que ya son expresión de “interlocución, discusión y tolerancia, disponibilidad a crecer y desarrollarse.”

## 4. El nuevo rol de las radios populares

Dentro del escenario que estamos viviendo, no sólo las radios populares, sino también los otros medios de comunicación, “deben asumir un rol central en la generación de una nueva ciudadanía, que asegure la profundización de la vida democrática en América Latina” (ALER, 1996:59).

Para poder cumplir con este rol, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), se plantea cinco conceptos (1996:59-75) que caracterizan en la actualidad la práctica de las radios populares educativas —tal como las nombra en sus documentos:

***a)*** constructoras de la civilización del amor[71];
***b)*** un proyecto pluralista desde las mayorías[72];

[71] Este apartado se sustenta en la convicción profunda de que Dios es creador y Padre de todos los hombres, en una opción preferente por los pobres desde una verdadera fraternidad cristiana y una exigencia de justicia social, la defensa de la vida y la persona; y la promoción y difusión de valores cristianos como la justicia, la solidaridad, la responsabilidad, la verdad, el respeto, la tolerancia, la honradez (ALER, 1996:62).

*c)* educar para la democracia;
*d)* donde los excluidos sean los protagonistas;
*e)* opción fundamental de la radio popular: construir ciudadanía.

En función del problema que guía la realización del presente estudio, se revisará a continuación los incisos, íntimamente ligados, de educación para la democracia y construcción de ciudadanía.

### *a. Educar para la democracia*

Para ALER (1996:65), el papel educativo[73] de la radio, en la modalidad que sea, "consiste en formar a los ciudadanos para la construcción de una sociedad más democrática." Con este propósito, la radio popular se debe caracterizar por implementar una *comunicación educativa* (:64-65) que sea:

- **Participativa**, es decir, que la relación entre los emisores y sus audiencias sea lo más horizontal posible para que exista un verdadero diálogo y las personas se sientan involucradas como interlocutores protagónicos.
- **Plural**, en el sentido que dé cuenta de las diversas corrientes y tendencias políticas e ideológicas, lo que supone involucrar en la comunicación a las diversas fuentes y sujetos que representan múltiples pensamientos, sin excluir ninguno.
- **Integral**, que tome en cuenta al individuo como sujeto tanto racional como emocional y que parta de sus propios intereses.
- **Crítica**, es decir que estimule el razonamiento, el análisis, la polémica, la argumentación y el debate, como mecanismos de aprendizaje.

### *b. Construir ciudadanía*

La opción fundamental que plantea a Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) para las radios populares es su constitución en espacios de encuentro y de construcción de ciudadanía. Esta Asociación (ALER, 1997:1) espera para el nuevo milenio una radio popular que

---

[72] Esta concepción se refiere básicamente a la idea de alineación explícita junto a los intereses de los sectores populares (pobres y excluidos de todo tipo) en un proyecto político de sociedad democrática "donde todas las personas tengan garantizados sus derechos civiles, políticos, económicos y sociales bajo un marco de justicia e igualdad" (ALER, 1996:63).

[73] En la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER, 1996:64) se entiende a la *educación* como "un proceso de cambio de comportamientos, permanente, integral y de interacción, a través del cual el individuo recibe y da información y construye conocimientos que le permiten socializarse y participar en la sociedad con una visión crítica y transformadora." Y, además, añaden que el proceso formativo "permite al sujeto la apropiación y producción de cultura, lo que le abre espacios de participación en la sociedad." Esta concepción educativa está alejado de aquél con el que naciera en la década de los años setenta vinculado a los procesos organizativos y al cambio de las estructuras sociales (educación popular).

> responde plenamente a su realidad local o regional, altamente útil para su audiencia, altamente participativa y democrática en su metodología, que se constituye en foro público, lugar de construcción de la opinión pública y de la(s) cultura(s), esencialmente ciudadana, actor social fiscalizador: de la sociedad en general y control social del poder, interconectada, en red con otras radios que le dan presencia nacional e internacional, articuladora de la sociedad civil, en red con las demás instancias de la sociedad civil: organizaciones y ONGs.

Estos son algunos de los "nuevos" criterios que, sin duda, marcarán la lógica de funcionamiento de las radioemisoras populares en los próximos años. El eje articulador de estas nuevas concepciones y prácticas es la *perspectiva ciudadana* de trabajo que fue abordada en este trabajo desde algunos ámbitos comunicativos fundamentales.

Sin embargo, Alfaro (1999e:186) plantea una serie de problemas y limitaciones que hoy enfrenta la radio comunitaria, educativa y popular: exclusión de la legislación vigente en materia de telecomunicaciones, poca incidencia en los centros de poder, dificultades para generar desde la información una cultura política democrática y ciudadana, comunicación débil de su experiencia y propuesta, poca intercomunicación entre las redes existentes, obstáculos para interpelar crítica y educativamente a la población.

## 5. La radio popular como espacio público en el ámbito local

Germán Rey (1997:33) aclara que *espacio público* se refiere tanto a "espacialidad física (por ejemplo: ámbitos públicos de la ciudad) como al sentido más simbólico de lugar de participación social, de encuentro de perspectivas en lo común." Este espacio es un

> Lugar de automediación de la sociedad civil con el Estado, el "espacio público ciudadano reivindicaría la individualidad, integrándola en lo colectivo (no en el aislamiento privado o en las transacciones de intercambio) sino a través del reconocimiento recíproco, iluminando así la pluralidad y la diferencia, integrándolas plenamente en el momento ciudadano" (Rabotnikof, Nora, citada por Rey, ídem).

Complementando lo indicado, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2000) apunta a los medios masivos de comunicación como espacios públicos[74] particularmente eficientes y prácticos, que responden a necesidades puntuales de información y, también, de diálogo de la sociedad.

---

[74] Otros espacios públicos destacados por el PNUD (2000:27) son la familia, la escuela, la empresa productiva (empresarios y trabajadores), los ámbitos culturales y generacionales, los municipios y las mancomunidades, los departamentos o regiones, las juntas vecinales y las organizaciones populares.

Lo importante en esta tendencia, según el PNUD, es que estos medios construyan y faciliten una *cultura de la deliberación*, donde los conflictos entre distintos grupos de personas sean canalizados y resueltos, centrándose en objetivos comunes y acuerdos compartidos que son implementados o ejecutados, y que detienen resultados prácticos en el mejoramiento de las condiciones de vida de los más pobres. El PNUD (2000) alude a que la efectividad de esta deliberación está en directa relación con la capacidad de organizarla de “abajo hacia arriba” y, por ende, privilegiar —bajo condiciones de equidad, respeto y reciprocidad— la voz de los más pobres y excluidos, para que éstos sean escuchados y, en definitiva, puedan influir en el proceso de acción política, de manera que sus necesidades inmediatas sean atendidas. En síntesis, como sensatamente afirma este Programa:

> Sabemos que los medios conforman una capacidad instalada para la deliberación. Si sus acciones se orientan al acercamiento entre diferentes pueden contribuir notablemente a la integración social, especialmente en los medios de comunicación del Estado no orientados al lucro. Si éstos empezaran a ser públicos, es decir a ser dirigidos por sectores representativos de la sociedad, fortalecerían la participación de la gente en el desarrollo humano (:27).

En ese espíritu, se rescata y valora a las radios populares —medios con una lógica de funcionamiento de rentabilidad sociocultural y no de lucro—, que recuperan y legitiman para sí lo que las instituciones del Estado y los partidos políticos no pudieron realizar, constituyéndose en uno de los espacios públicos “más destacado” donde la ciudadanía se manifiesta, siente, opina, interpela y ejerce presión y poder canalizando sus expectativas de participación amplia y plural en busca de lograr influencias para producir cambios reales (Alfaro, 1999f:26-28). Precisamente este medio va construyendo intereses comunes sobre la base de negociaciones, afinidades, diálogos y discusiones que permiten arribar a consensos y llegar hasta el nivel de la decisión y la acción.

Ana María Lalinde (1999:87) corrobora las características de ese espacio público constituido por la radio recalcando la relación que establece con el poder a manera de “puente intangible”, que conecta actores y estructuras sociales, que establece lazos entre los ciudadanos y ciudadanas y el poder ( toma de decisiones).

Uno de los aspectos medulares ligado a este accionar de las emisoras populares es su cercanía al cotidiano de la gente desde los *espacios locales*, los mismos que han ganado trascendencia en la última década por su asociación a los procesos de descentralización, fiscalización y desarrollo municipal, y “a los espacios de participación que se abren para actores

sociales que allí pueden tener poder de negociación real y de incidencia más directa sobre sus propias vidas" (Rey, 1997:42). Esta aseveración es ratificada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2000:19), para quienes el espacio local permite "articular las aspiraciones de la gente con los espacios de decisión más cercanos a su vida cotidiana."

Por su parte, Rosa María Alfaro concibe lo local como un nuevo lugar estratégico que permite —desde la cotidianidad desplegada en espacios cercanos, visibles y controlables— la descentralización del poder y la generación de una intervención democratizadora y solidaria, pues "Desde allí lo público se hace posible, se puede organizar la vida acercándola a la política. Allí, la gestión pública se desacraliza pues pierde poder para ganar participación. De hecho, la gente protesta más y es más irreverente" (1995:120).

Empero, no se puede considerar lo local como un movimiento de repliegue a pequeños ámbitos (municipio[75], distrito o cantón[76]). Si bien es cierto que la gestación de ciudadanías se nutre de la experiencia local, va más allá en su articulación y complementariedad con otros ámbitos (ciudad, departamento, región, nación, mundo) en los cuales adquiere sentido y proyección. Es por eso que Alfaro (1995:121) plantea que se debiera redefinir al espacio local como "lugar de frontera abierta y tener como horizonte de apertura a la gran ciudad. Desde el ámbito local se participa de ella como un engranaje que te hace formar parte de su enorme amplitud y abundante crecimiento."

> Estamos así ante ciudadanos que podrían hacerse en el ámbito local desde muchas facetas, en la construcción de lo público, en la construcción de su cultura política, en la construcción de sus modos de actuar en los espacios de participación más viables al interior del ámbito local: un ámbito estratégicamente significativo (Alfaro, 1999a:33).

Basándose en estudios empíricos realizados por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria en los últimos años, Rosa María Alfaro (1999f:28) comprueba que "la radio sigue teniendo un papel clave en los

---

[75] El municipio es la unidad territorial básica de la planificación nacional, en la que se realiza un único proceso concertado del desarrollo bajo la dirección y responsabilidad del Gobierno Municipal, al que se integran las propuestas distritales/cantonales y demandas comunales y se articulan todos los sectores y actores que operan en el municipio. La jurisdicción territorial de los Gobiernos Municipales es la Sección de Provincia o Sección Municipal. Para Carlos Toranzo Roca (1999:xxv), el municipio "es normalmente el referente institucional de la participación a nivel local".

[76] Los distritos municipales o cantones constituyen niveles de agregación de la demanda social comunal al interior de la Sección Municipal, los que de acuerdo a sus características pueden plantear y ejecutar acciones de desarrollo que se integran al Plan de Desarrollo Municipal (PDM).

ámbitos locales, mientras que nivel nacional va perdiendo peso" frente a la televisión. Esto puede darse si se piensa en radios aisladas que trabajan localmente; sin embargo, cuando se razona sobre una agrupación a escala nacional, como la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL), el panorama empieza a cobrar diferente sentido ya que gana fuerza el sistema de red en una labor mancomunada hacia metas compartidas.

# Capítulo V

## La radio popular gestora de ciudadanías

Los gobiernos y las legislaturas deben impulsar mecanismos que permitan generan información que facilite el seguimiento y monitoreo de las acciones públicas y privadas que afectan el bien estar de las comunidades (…)
La ciudadanía exige libre acceso a la información generada por los gobiernos, a los expedientes, y a las propuestas de ley, de regulaciones y de políticas que le conciernen, con el consecuente derecho a opinar sobre ellas y a ser escuchada.

***Cumbre de las Américas sobre Desarrollo Sostenible, 1996***

*Radios comunitarias, ciudadanas, populares, educativas, libres, participativas, rurales, asociativas, interactivas, alternativas... en cada época y lugar se han caracterizado con distintos nombres, mostrando así la diversidad y riqueza del movimiento. Pero el desafío ha sido siempre el mismo: democratizar la palabra para democratizar la sociedad.*
***Carta de las Radios Comunitarias y Ciudadanas, AMARC, 1997***

## A. LOS ÁMBITOS COMUNICATIVOS INVOLUCRADOS

Varios autores (Barrezueta, 1999; Lalinde, 1999; Alfaro, 1999a) coinciden en afirmar que ante el debilitamiento y la crisis de las tradicionales instituciones políticas y otras instancias de representación pública que han dejado de cumplir su función mediadora, cada vez más los medios masivos de comunicación se han convertido en un lugar estratégico desde donde se median los discursos de los distintos actores sociales e institucionales de la sociedad.

Por su parte, Jesús Martín-Barbero (1998:xiv) sostiene que lo que está acaeciendo con la política es la "reconfiguración de las *mediaciones* en que se constituyen sus nuevos modos de interpelación de los sujetos y representación de los vínculos que cohesionan la sociedad." De ahí que los medios no se limitan a vehicular las representaciones existentes ni tampoco a sustituirlas, sino que han pasado a hacer parte de la trama de los discursos y de la acción política, esto es a "*constituir una escena fundamental de la vida pública*."

ALER (1996) declaró que el *papel mediador* de las radios populares —entre los ciudadanos y el Estado— provoca, entre otras cosas, el acercamiento, la discusión y la búsqueda mancomunada de soluciones, el fortalecimiento de las organizaciones, el surgimiento de movimientos sociales, la expresión amplia de actores diversos y plurales, institucionales e individuales de la sociedad civil; en suma, la creación de una cultura democrática basada en la participación, el diálogo y la tolerancia, una "*cultura ciudadana*[77] de derechos y obligaciones donde se respete lo público y lo privado" (:73).

Es evidente que la radio ha venido conquistando una *función mediadora* "en el sentido que a través de ella se producen procesos comunicacionales que definen identidades culturales y relaciones sociales y hasta políticas" (Alfaro, 1996:73). En el caso de las radios populares estos procesos suponen la gestación de ciudadanías desde diversas dimensiones o ámbitos comunicativos complementarios.

[77] Las cursivas son nuestras.

En el contexto actual, las radios populares se constituyen en “una de las nuevas instancias de representación y de participación”, cuyo desafío es “asumir a los mecanismos democráticos como verdaderos instrumentos de transformación y cambio social, de construcción de una organización social [léase sociedad] más justa” (Villamayor y Lamas, 1998:220). Estos autores añaden que,

> La radio comunitaria y ciudadana es un ámbito para el ejercicio de la ciudadanía en tanto forma de organización ciudadana autogestionaria y autónoma, expresión de intereses colectivos político-culturales en el marco de un proyecto comunicacional, en el cual un grupo de personas hace uso de sus derechos a la comunicación y a la expresión (:224).

De esta manera, Villamayor y Lamas están planteando la promoción de la participación y la construcción de la democracia a partir de la puesta en práctica del *derecho a la comunicación*[78] por parte del movimiento de las radios populares. La Comisión MacBride —nombrada por Juan Díaz Bordenave (1995:5)— establece que todos los hombres tienen el derecho fundamental a comunicar, lo que en términos concretos supone los siguientes elementos: “*a) el derecho de reunión, de discusión, de participación y otros derechos de asociación; b) el derecho de hacer preguntas, a ser informado, a informar y a otros derechos de información; y c) el derecho a la cultura, el derecho a escoger, el derecho a la protección de la vida privada y otros derechos relativos al desarrollo del individuo.*”

El reconocimiento y el ejercicio pleno de este derecho está indiscutiblemente ligado al proceso de la *democratización de la comunicación*, mediante el cual “i) *el individuo pasa a ser un elemento activo, y no un simple objeto de la comunicación;* “ii) *aumenta constantemente la variedad de mensajes intercambiados;* “iii*) aumentan también el grado y la calidad de la representación social en la comunicación o de la participación*”(:289).

Por lo tanto, las radios populares aportan a la construcción cotidiana y a la extensión del ejercicio de la ciudadanía a todos los sectores sociales desde su labor comprometida con el derecho a la comunicación, esto es, con la democratización de la comunicación que contribuye a la democratización de la sociedad. Al convertirse en espacios de participación ciudadana donde se

---

[78] El artículo 19 de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos* establece que “Toda persona tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.”

expresan y multiplican distintas "voces" —con propuestas, reclamos, necesidades e identidades propias—, democratizan la palabra pública.

Villamayor y Lamas (1998:226) ratifican este análisis: "A través de su acción las radios comunitarias y ciudadanas están garantizando este derecho [a la comunicación] para muchos que tienen negado el acceso al sistema privado comercial de los medios." Al abrir ese espacio de expresión estos medios radiofónicos hacen posible el acceso al espacio público, otorgan "voz pública", constituyéndose —como acertadamente exponen ambos autores (:227)— "en un lugar para el diálogo entre los ciudadanos y entre éstos y las instituciones. Diálogo que, en primera instancia, permita ir adquiriendo la capacidad de ser emisores, de ser comunicadores."

En este recorrido teórico se aprecian —sobre la base del planteamiento de Alfaro (1996), Mata (1993) y la experiencia propia desarrollada junto a la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL)— cuatro ámbitos comunicativos complementarios, que establecen la vinculación y articulación de las radios populares con la construcción de ciudadanías. A continuación, se efectúa una revisión inicial de estas dimensiones apoyándose en los postulados trazados por ALER (1996) para el nuevo rol de las radios populares y educativas en estos tiempos:

***a)*** la *participación radiofónica*, que "permite al pueblo avanzar en la formación de un saber y un hacer orientado a acumular conocimientos y fuerzas necesarias para una real participación dentro de la sociedad" (:69);

***b)*** la *promoción del debate* y la confrontación de ideas;

***c)*** la *generación/construcción de la opinión pública*, fundamentada con sólidos argumentos a partir del abordaje responsable, crítico y problematizador de temas que interesan a las grandes mayorías[79];

***d)*** la *elaboración de servicios de información* veraces y creíbles para facilitar la vida en sociedad, teniendo presente la cotidianidad de las audiencias en todo el proceso comunicativo

[79] Tanto la *información* como la *opinión* son indicadas por ALER (1996) como dos de los logros más significativos de la radio popular. No obstante, la incidencia en la opinión pública es un proceso que recién se ha comenzado a construir y no está exento de una serie de problemas por la falta de conocimientos de cómo construir opinión: "se denuncia sin reflexión, se emiten juicios sin argumentos sólidos, no existe una política informativa global que asegure continuidad y coherencia alrededor de los temas ejes o claves sobre los cuales incidir públicamente" (:44).

para serles útiles[80] y, de este modo, contribuir a mejorar su calidad de vida; y,

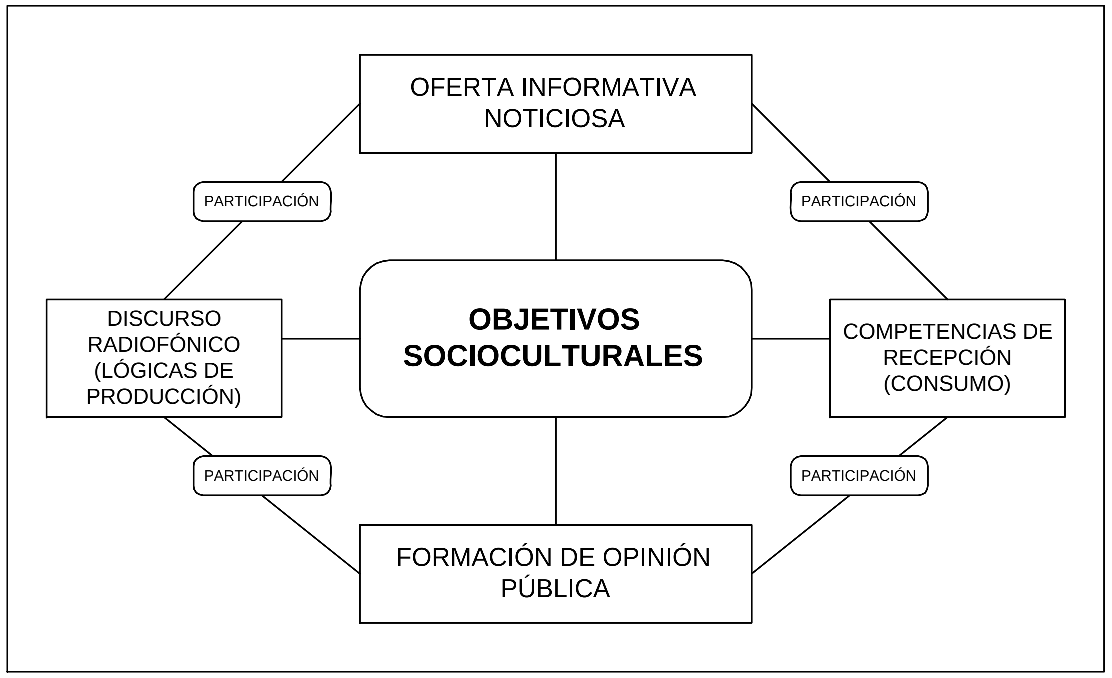
***e)*** la *producción y programación de calidad* sobre la base de una metodología de trabajo sistemática y profesional: investigación, planificación, evaluación y reprogramación permanente de las producciones de la radio en búsqueda de una "mayor agilidad y amplitud informativa, [géneros, formatos y] recursos radiofónicos variados, equilibrio entre el entretenimiento y la educación, mejoramiento de la programación musical, adecuación al ritmo de la vida cotidiana de los oyentes, orden y disciplina en el trabajo." En este caso, la calidad no sólo se plantea en el formato, sino de igual forma en las temáticas a tratar: democracia, ciudadanía, participación ciudadana, desarrollo local, etc.

Sobre la base de estos criterios, se construyó una matriz de intervención para aproximarse al rol de las radios populares en la gestación de ciudadanías desde los ámbitos comunicativos complementarios que despliegan en su práctica cotidiana. El esquema (gráfico 3-1) se mueve sobre dos ejes: el diacrónico —entre el discurso radiofónico (lógicas de producción) de las radioemisoras populares y las competencias de recepción (consumo) de las audiencias— y el sincrónico o simultáneo: entre la oferta informativa noticiosa y la formación de opinión pública. A su vez, las relaciones entre éstos se hallan mediadas por la participación de los oyentes en la producción, durante y fuera de la emisión de los programas radiales. El eje que da sentido a estas prácticas es el de sus objetivos socioculturales o de (servicio a la sociedad civil).

[80] A juzgar por la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ALER, 1996:37) los servicios más apreciados que prestan las radios populares son de dos tipos: los prácticos o instrumentales (satisfacer necesidades cotidianas de intercomunicación) y los de naturaleza cultural-educativa (espacios para aprender y comprender).

**Gráfico 3-1**

**ROL DE LAS RADIOS POPULARES EN LA CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANIAS**




FUENTE: Elaboración propia del autor.

Por lo tanto, para el análisis de la temática-problemática del presente estudio se proponen cuatro ámbitos comunicativos de investigación[81]: discurso radiofónico, oferta informativa noticiosa, incidencia en la opinión pública y participación radial propiciada entre los oyentes. De la misma manera, se propone un acercamiento al consumo que realizan de las emisoras de ERBOL los ciudadanos y ciudadanas del área urbana donde éstas funcionan.

## 1. El discurso radiofónico

Se entiende por *discurso radiofónico* —con María Cristina Mata y Silvia Scarafía (1993:27-29)— al conjunto de todo aquello que emite una emisora de radio en un período de tiempo determinado y que está integrado por elementos lingüísticos (palabras), sonoros (efectos, silencios) y musicales, además, abarca los modos expresivos —es decir, los géneros[82], los formatos o estructuras particulares propias de cada género y los recursos (técnicas de manifestación y difusión de los contenidos que forman parte indistinta de varios géneros)—, que son las formas en que se organizan y presentan sus diversos componentes.

Según las autoras antes nombradas, existen tres dimensiones de análisis de estos discursos (referencial, enunciativa y estructural), de las cuales sólo concierne de acuerdo a los objetivos de investigación, la *dimensión estructural*, esto es, "Cómo se organiza todo lo que se dice en una programación diaria y semanal" (:32).

Mata y Scarafía (1993:132) plantean que la *programación* es una estructura "Porque además de ser una secuencia de espacios, es un sistema en el cual los diferentes elementos que lo componen guardan entre sí relaciones de interdependencia y se articulan alrededor de algún eje que les da coherencia." Además, estas autoras (:133-134) esbozan que la programación es una matriz comunicativa ya que permite a los receptores diferenciar a una emisora de otra, y a los emisores les marca como una pauta a seguir para que los oyentes puedan reconocer sus rasgos distintivos asegurando la comunicación.

---

[81] Tanto el control social por parte de la ciudadanía como el desarrollo de discusión pública (debate) por parte de las radios se los aborda en aspectos a investigar dentro de ciertos objetivos específicos de este estudio.

[82] María Cristina Mata y Silvia Scarafía (1993:28) dicen que el género "es una estrategia comunicativa que implica ciertas reglas o leyes de producción y que da por resultado mensajes de diferente tipo."

Como la programación es una estructura que funciona como matriz comunicativa, incumbe aquí concretar los elementos básicos que la componen y que permiten reconocer los modos en que está organizado el discurso. Mata y Scarafía (:134-135) hablan de tres aspectos sustanciales:

***a)*** Se denomina *oferta comunicativa* "a la variedad de espacios que produce y difunde una emisora a lo largo de sus transmisiones diarias y semanales. Consecuentemente, esa oferta está integrada por programas de diferentes géneros, formatos y temáticas."

***b)*** Por *público prefigurado* concebimos a "sectores de la población a los que en principio se dirige el discurso radiofónico. Es lo que también suele denominarse público-meta."

***c)*** El *perfil radiofónico* "es la línea predominante de programación en materia de géneros, que define la naturaleza de una emisora."

Para completar su propuesta, ambas autoras clasifican los programas radiales según los siguientes tipos de géneros (Mata y Scarafía, 1993:136-137):

- ***Informativos o periodísticos***[83]**:** los programas en que se difunden fundamentalmente noticias o comentarios de actualidad.
- ***Musicales:*** los programas que difunden especialmente música.
- ***Educativos:*** aquéllos cuya finalidad manifiesta es la transmisión de conocimientos no equiparables a los de las noticias periodísticas. Por lo general se trata de programas definidos temáticamente (salud – agricultura – organización popular – etc.) o por sectores de audiencia (campesinos – mujeres – niños – etc.).
- ***De entretenimiento:*** los programas que proponen básicamente actividades lúdicas, recreativas o competitivas (programas humorísticos y de concursos).
- ***Dramáticos:*** aquéllos en que se difunden exclusivamente narraciones o teatralizaciones de sucesos verídicos o ficciones (radionovelas, teatro leído, cuentos, crónicas policiales, etc.).
- ***De servicio público:*** programas en que se difunden avisos o mensajes no comerciales, personales o colectivos, gratuitos o pagados, y cuyo sentido esencial es hacer de la radio un medio de intercomunicación.

[83] Dentro de este género, los formatos de debate, panel y mesa redonda son considerados por Dulfredo Retamozo Leaño (1995) como técnicas que ayudan a garantizar la discusión pública sobre temas de interés común siempre y cuando estén bien planificados, ejecutados y evaluados.

- ***Ómnibus:*** aquellos programas en que conviven diversos géneros (básicamente informativo, musical, de entretenimiento) durante espacios de considerable duración.
- ***Celebraciones y espectáculos:*** las trasmisiones en vivo de actividades religiosas, deportivas y artísticas cuya forma de emisión depende del ritual o evento difundido (misas, rosarios, horas santas, partidos de diversos deportes, recitales musicales, etc.).
- ***Publicitarios:*** los espacios dedicados a la difusión de avisos comerciales o propaganda en general y que se estructuran en tandas o por avisos particulares.

A propósito de la producción y programación de las radioemisoras populares, ALER (1996:40) señala como uno de sus logros el haber modificado estrategias y estilos de producción "buscando mayor agilidad y amplitud informativa, recursos radiofónicos variados, equilibrio entre el entretenimiento y la educación, mejoramiento de la programación musical, adecuación al ritmo de la vida cotidiana de los oyentes, orden y disciplina en el trabajo."

Empero, esta Asociación (ALER, 1996:44-45) plantea como problemas en el mismo campo la imitación a la radiodifusión comercial, la superficialidad e improvisación de muchos programas (baja calidad radiofónica), programaciones desarticuladas y sin metas claras, la falta de materiales y recursos, la poca valoración de la programación musical y la escasa reflexión teórica.

## 2. La oferta informativa noticiosa

> La llamada "sociedad del conocimiento" hace que la difusión del conocimiento constituya un eje central para la construcción de una ciudadanía donde el otro pueda ser un par. Entiéndase aquí la difusión de conocimiento en sentido amplio, a saber: adquisición de destrezas productivas, de capacidad crítica, de autovaloración en función del propio potencial, de conciencia de sí mismo como ciudadano, de apertura para asimilar información y valores, etc.
>
> ***Fernando Calderón et.al.***

El incremento del protagonismo de sectores subalternos se halla encadenado, de acuerdo con Fernando Calderón *et.al.* (1996:98), a su acceso a la información sobre servicios, derechos y demandas compartidas trascendiendo barreras de discriminación y censura, y también a su influencia en la opinión pública.

En esta directriz, el investigador peruano Sandro Macassi Lavander plantea una estrecha ligazón entre información-opinión[84] y el ejercicio de una ciudadanía "responsable". *Información* y *opinión* son para Macassi (1994:14) dos insumos indispensables para poder ser ciudadanos "a carta cabal". Como él mismo lo manifiesta:

> Para poder actuar sobre la realidad, demandar derechos y deberes, o simplemente tomar decisiones políticas, debemos formar nuestra propia opinión y ayudar a que los demás hagan lo mismo. La mejor manera de hacerlo es estar debidamente informados. (...) Si tenemos una opinión sobre lo que pasa podremos participar de manera activa en los debates y consultas y no sólo escuchar y ver a los otros decidir por nosotros (...)

Esta afirmación es ratificada por Hernán Gutiérrez Oviedo *et.al.* (1997:54), quienes sostienen que en los últimos años se ha revalorado la condición de ciudadanía como un paso fundamental para la profundización y perfeccionamiento de la democracia. En esta dirección, la *información* y la *opinión* son una pieza clave en el ejercicio ciudadano.

Gutiérrez *et.al.* (:53) sustentan lo expresado cuando indican que una de las tareas de la radio y la televisión en general es buscar que "los ciudadanos estén debidamente informados para que al momento de tomar su decisión tengan un control y responsabilidad sobre sus propias decisiones". Vale decir, que los ciudadanos viertan opiniones argumentadas buscando una participación protagónica y activa capaz de establecer diálogos y generar debates públicos para llegar a consensos sobre lo que es común a todos (asuntos públicos).

El PNUD (2000) favorece lo manifestado al sostener que la formación de un juicio se nutre de una compleja recolección de información procedente de varias fuentes complementarias, como la familia, la comunidad, el trabajo y los medios de comunicación. En Bolivia, sustenta el PNUD (:128), "El canal de mayor importancia para informarse es la radio, seguido por la televisión y otras personas." Además, detalla que "La gente siente que el medio que más toma en cuenta su opinión es la radio local".

Consecuentemente, el deber de los medios y de los comunicadores es enriquecer la información que se brinda a los públicos, ayudarlos a

---

[84] A juzgar por Hernán Gutiérrez *et.al.* (1997:7), *opinión pública* es "el momento de atención o concentración de los ciudadanos, con el concurso de los medios, sobre determinados hechos o temas, conformando corrientes de opinión." De esta manera la opinión pública Los juicios emitidos deben ser puestos a consideración pública. Por lo tanto, *opinar* es "emitir un juicio, no necesariamente verdadero comprobado, sobre un determinado asunto y cuya construcción está condicionada por los factores sociales y culturales en que se encuentra la persona."

desarrollar sus propias capacidades y habilidades para usar la información y, principalmente, impulsar su capacidad argumentativa para formarse una opinión propia y sustentada y, de este modo, generar corrientes de opinión dominantes[85] y promover acciones transformadoras.

Por su parte, Enzo Pimentel Bernal (1997:11) habla de una *oferta informativa con perspectiva ciudadana*[86] en la cual se debe dejar de comprender al público como una cifra, porcentaje o variable estadística, en una palabra, más que un simple consumidor. De hecho, los profesionales de la comunicación deben conocer mejor a sus audiencias para entregarles información de acuerdo a sus gustos, preferencias, demandas y necesidades, para que éstas sean capaces de apropiarse, usar y aplicar la información —en combinación y contraste con su experiencia y con otras fuentes no mediáticas— en su vida cotidiana[87]. Concluyentemente, la *información de calidad* es para Macassi (1994:15) el principal insumo para una ciudadanía responsable[88].

Justamente, la información es la materia básica para la formación de procesos de opinión pública. Si bien toda la programación de los medios puede incidir en esta tarea, el *género periodístico* cumple un rol fundamental porque muestra con la mayor veracidad posible los hechos de interés colectivo acontecidos en la realidad actual con una triple finalidad de acuerdo con lo planteado por José Ignacio López Vigil (1997:223-228):

---

[85] Véase sobre las corrientes de opinión el libro de Hernán Gutiérrez *et.al.*, *Cómo incidir en la opinión pública*, 1ª ed., Quito, ALER, 1997, 175 págs.

[86] En el caso específico de la producción radial, la cartilla de Carlos A. Camacho sobre *Producción radiofónica con perspectiva ciudadana* (ERBOL, 1998) enriquece este enfoque al examinar la serie de pasos en la elaboración de un programa educativo: definir al público, hacer un perfil del público objetivo, definir los objetivos, dar un nombre al programa, establecer la relación con el público, decidir el tipo de locución y música y definir la estructura del programa.

[87] Respecto al comportamiento de las personas frente a esta oferta informativa, Pimentel (1997:12) ha planteado cuatro maneras de ejercer la ciudadanía: *ciudadanos desconectados*, cuando se comportan frente a los hechos con total desinterés; *ciudadanos ligeros o blandos* que buscan información sin mayor análisis; *ciudadanos interesados* cuando valoran el estar actualizados y saber lo que sucede, pero sin un compromiso social activo; y, *ciudadanos comprometidos*, que afrontan la información desde una perspectiva crítica, preocupándose por actuar de alguna manera (por ejemplo, denunciando, participando, etc.).

[88] En esta línea conducen las diez reglas mínimas que plantea Macassi (1994:15) a los medios masivos de comunicación para ofrecer una *información de calidad* basada en la objetividad de los hechos, que permita a los ciudadanos entender lo que sucede, formarse una opinión y actuar según su parecer. Completando estas reglas —que no son un recetario, sino formas de encarar la práctica informativa—, *La Pizarra – Revista de Comunicación Práctica* (número 23, abril 1997:15) de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria propone algunos criterios generales para hacer periodismo con enfoque ciudadano.

a) ***Informar para formar opinión pública.-*** Generar o impulsar corrientes de opinión favorables a los intereses de las mayorías.

b) ***Informar para inconformar.-*** Sensibilizar sobre los problemas sociales y económicos y movilizar a la ciudadanía en busca de soluciones.

c) ***Informar para transformar.-*** Crear consensos sociales (sentimientos compartidos), articularse con movimientos sociales y organizaciones ciudadanas, movilizar e influir en las decisiones colectivas en torno a causas justas y nobles.

Como se ha podido advertir, el género periodístico tiene un rol específico en la formación de los procesos de opinión pública. Apoyándose en Hernán Gutiérrez *et.al.* (1997:62-65) se examina brevemente en la tabla 5-1 los cuatro subgéneros periodísticos que se utilizan en los medios masivos de comunicación, con sus respectivas características generales, sus formatos más usados[89] y las fases de formación de opinión donde intervienen.

---

[89] Para ampliar los criterios de producción, utilidad y limitaciones de los formatos y recursos periodísticos, consúltese la Cuarta Parte del libro de Hernán Gutiérrez *et.al.*, *Cómo incidir en la opinión pública*, ALER, Quito, 1997, pp. 121-171.

**Tabla 5- 1**

| SUBGÉNEROS PERIODÍSTICOS CON RELACIÓN AL PROCESO DE FORMACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **SUBGÉNERO** | **PERIODISMO INFORMATIVO** | **PERIODISMO INVESTIGATIVO** | **PERIODISMO INTERPRETATIVO** | **PERIODISMO DE OPINIÓN** |
| ***Características generales*** | - Función: informar, ofrecer datos, o sea, dar a conocer hechos nuevos, de interés general y de actualidad<br>- Materia prima: información que proporcionan las fuentes<br>- Mantiene la atención de los ciudadanos con nuevas informaciones, fuentes y actores | - Función: desentrañar, descubrir, indagar, "revelar", "destapar", lo que está oculto<br>- Aporta datos desconocidos, novedosos y sensacionales que se acompañan de pruebas y documentos<br>- Comprueba y denuncia hechos de corrupción, descubre y demuestra ilegalidades y abusos, fiscaliza los derechos de los ciudadanos<br>- Materia prima: el producto de la indagación premeditada y la búsqueda planificada de hechos de relevancia social<br>- Va más allá de la información superficial sin llegar al análisis<br>- Se caracteriza por la forma de obtener información, antes que por la de presentarla | - Función: explicar la noticia, ubicarla dentro de su contexto más amplio, profundizarla y analizarla<br>- Es el periodismo que busca las causas, los antecedentes y las consecuencias de la información<br>- Da la mayor cantidad de elementos (profundización, contexto, proyecciones, antecedentes, relación con otros hechos) para que el ciudadano se forme su propio criterio y se incline hacia determinada corriente de opinión<br>- No da opinión | - Función: contrastar, argumentar y refutar impresiones, enjuiciar, comentar, polemizar, confrontar, facilitar la expresión de la opinión de los actores<br>- Pone en escena las opiniones, comentarios y juicios de los ciudadanos y del mismo medio<br>- Se da oportunidad a que los ciudadanos se influyan mutuamente a través de sus juicios, valoraciones y apreciaciones subjetivas<br>- El medio se convierte en foro público para canalizar las opiniones individuales en varias corrientes de opinión |
| | - Noticias simples y ampliadas | - Noticias<br>- Reportaje | - Nota ampliada o contextualizada | - Entrevista de opinión |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ***Formatos más usuales*** | - Despachos, reportes, corresponsalías<br>- Boletines<br>- Entrevistas individuales y colectivas<br>- Crónicas<br>- Semblanzas<br>- Ruedas de prensa | | - Entrevista de fondo<br>- Crónica<br>- Reportaje | - Encuesta<br>- Sondeo de opinión<br>- Nota comentada<br>- Comentario, editorial<br>- Debate, panel, mesa redonda<br>- Sátira y humor político<br>- Charlas, tertulias<br>- Polémicas |
| ***Fases de formación de opinión*** | *Fase inicial*<br>- Suministra la materia básica para la formación de procesos de opinión: la información | Corresponde con la primera o segunda fase, ya que puede iniciar un proceso de formación de opinión con la revelación de un hecho novedoso (*fase inicial*) o puede aportar datos claves una vez que el proceso está en marcha (*fase media*)<br>- A través de él es posible introducir nuevos temas en la agenda pública<br>- Permite que los ciudadanos se reafirmen en sus propias convicciones o que cambien sus criterios y reviertan nuevas corrientes de opinión | *Segunda fase* o *etapa media*<br>- Trata de encontrar el sentido a la noticia (interpretar), por lo que es eminentemente educativo y orientador en la formación de opinión pública | *Tercera fase* o *etapa avanzada*<br>- En esta fase se consolidan las corrientes de opinión y se proponen acciones, iniciativas y cambios<br>- Es una forma explícita de incidencia en la opinión pública y quizás uno de los factores más activos en su formación |

FUENTE: Elaboración propia sobre las reflexiones de Hernán Gutiérrez *et.al.* (1997:62-65).

Para analizar la producción de los medios masivos de comunicación en el campo del periodismo, Hernán Gutiérrez *et.al.* (1997:94-95) plantean una clasificación con cuatro tipos de informaciones diarias (tabla 3-2) de acuerdo a su potencialidad para generar procesos de información:

**Tabla 3- 3**

| TIPOS DE INFORMACIÓN | | |
|---|---|---|
| **TIPO** | **CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN** | **TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN** |
| ***A*** | DE INTERÉS SOBRE ASUNTOS PÚBLICOS<br>- Son las informaciones de la agenda pública, los temas que despiertan el interés colectivo, generalmente polémicos y que tratan sobre asuntos políticos, económicos o sociales<br>- Estas informaciones están referidas a procesos de formación de opinión pública | - Por tratarse de procesos de formación de opinión, son temas que requieren seguimiento<br>- Exigen del medio un esfuerzo por definir el enfoque y la orientación que se quiere dar a las corrientes de opinión que se vayan dando<br>- Requiere imaginar los posibles finales del proceso |
| ***B*** | DE INTERÉS SOBRE ASUNTOS PRIVADOS<br>- Son las noticias que interesan a la población y que no necesariamente tienen que ver con la organización de la vida política de los ciudadanos<br>- Se refieren más bien a hechos particulares que tienen que ver con lo humano, lo anecdótico, la intimidad de las personas, problemas sentimentales, dramas familiares o hechos insólitos | - Depende de la intencionalidad del medio<br>- Estos temas pueden espectacularizarse o explotarse desde la morbosidad<br>- Pero también pueden recibir un manejo más sobrio, destacando el lado humano o su relevancia y consecuencias sociales<br>- A veces requieren seguimiento |
| ***C*** | DE UTILIDAD PARA LA VIDA DIARIA<br>- Son las noticias que nos permiten satisfacer las necesidades informativas más básicas y conocer los cambios en nuestro entorno<br>- Son las informaciones que dan cuenta del quehacer de las instituciones, de las actividades del Gobierno, del precio del dólar, del clima, sobre lo que sucede en otros lugares<br>- Son hechos que no suscitan discusiones, solamente son datos útiles que nos permiten manejarnos mejor, saber cosas o tomar precauciones<br>- Estas informaciones no tienen mayor repercusión | - Son noticias que no requieren seguimiento ni mayor tratamiento<br>- Solamente hay que organizarse para captarlas, es decir, hacer una selección de fuentes y cubrirlas en forma permanente<br>- Deben ser informaciones breves |
| ***D*** | DE INTERÉS REDUCIDO<br>- Son informaciones de poco interés o interés muy particular de determinado sector<br>- Por ejemplo, el aniversario de fundación de una población, los | - No requieren mayor seguimiento ni tratamiento, basta con organizar su cobertura<br>- Deben ser informaciones muy breves<br>- De acuerdo con la limitación del |

| | | |
|---|---|---|
| | hechos que ocurren lejos o informaciones/secciones sobre temas específicos | tiempo, a veces no se pasan |

FUENTE: Elaboración propia sobre la base de Hernán Gutiérrez *et.al.* (1997:94-95).

El *tratamiento de la información* —es decir, la calidad y el estilo de su producción— es para estos autores uno de los factores[90] que determina el impacto que se logra con ella y, por lo tanto, el éxito en la generación de procesos de opinión pública. Basándose en testimonios de periodistas y comunicadores latinoamericanos vinculados con el tema, Gutiérrez *et.al.* (1997:100-101) han recogido y ordenado algunas características generales para el manejo adecuado de la información en busca del éxito mencionado:

- El lenguaje radiofónico y popular, claro, alegre, vivaz, pícaro, jocoso.
- Variedad en la utilización de los recursos y formatos: programas ágiles, el paso de un tema a otro, versatilidad.
- La participación del público: abundante, libre.
- Las personalidades que concurren al programa.
- El uso del humor, el drama, la sátira, la ironía, la capacidad de interpretar los personajes/estereotipos sociales de las diferentes regiones del país.
- La reiteración.
- Los adornos, decoración, diseño artístico.
- Brindar opinión explícita.
- Darle esperanza a la audiencia.

### 3. La incidencia en la opinión pública

Los ciudadanos forman su opinión en diversos espacios sociales de interacción mediante la consulta a diversas fuentes: familiares, amigos, líderes de opinión, vecinos, organizaciones y, especialmente, a través del consumo de los medios masivos de comunicación, en general, y de su producción periodística, en particular[91].

---

[90] Los otros factores mencionados por Gutiérrez *et.al.* (1997:101-105), y que los veremos más adelante, son la *importancia del medio*, la *personalidad de los conductores* y las *condiciones previas del medio para generar opinión pública* (perfil del comunicador, del equipo y de la radio formadores de opinión pública).

[91] Para el caso de las radioemisoras, Hernán Gutiérrez *et.al.* (1997:45) aclara que todos los formatos y programas, es decir, toda la programación, está en capacidad de incidir y generar procesos de opinión; sin embargo, los espacios periodísticos tienen más fuerza en la formación de opinión sobre los asuntos cotidianos.

Sandro Macassi (1994:15) complementa alegando que la construcción de opinión también se la hace con canciones, concursos, juegos, fiesta, baile, placer, junto a la responsabilidad en el futuro común. "Es decir, —señala Macassi— comunicar la ciudadanía no es tratar únicamente temas serios, para una ciudadanía desde el entretenimiento el mejor consejo posible es la creatividad."

En ese rumbo, los medios tienen como tarea, según Hernán Gutiérrez *et.al.* (1997:52-54), asegurarse de que los ciudadanos estén adecuadamente informados para que puedan formarse opiniones sustentadas sobre temas de *interés público* —lo que es común a todos— para tener un control y responsabilidad en el momento de tomar sus decisiones y, así, constituirse en actores de su propia ciudadanía. Asimismo, los medios masivos deben argumentar sus juicios, buscando generar diálogos y debates públicos para llegar a consensos.

Prosiguiendo su reflexión, Hernán Gutiérrez *et.al.* (1997:55-57) plantean cuatro tipos de condiciones que favorecen y facilitan los procesos de formación de una *opinión pública democrática*:

***a)*** ***Condiciones materiales.-*** Se refiere tanto a la *concentración urbana* donde los individuos que están cercanos físicamente tienen mayor posibilidad de interactuar, como a la *existencia de medios de comunicación* que proveen la materia prima para la formación de cualquier proceso de opinión: la información.

***b)*** ***Condiciones intelectuales.-*** Están conformadas por una *alfabetización suficiente*, ya que las personas alfabetizadas están más expuestas a ser informadas porque tienen más acceso a diversas fuentes de información y opinión, y, directamente relacionado con el anterior aspecto, una *educación mínima*, ya que "Mientras más profundo sea el proceso de socialización de una persona y mientras más información tenga sobre su entorno, será más propenso a interesarse por los asuntos públicos y más capaz de formarse juicios" (:56).

***c)*** ***Condiciones políticas.-*** Estas condiciones versan sobre la *existencia de libertad de expresión* en los sistemas políticos y el *acceso a los medios de comunicación* por parte de todos los individuos.

***d)*** ***Condiciones comunicativas.-*** Se refieren al *tratamiento de la información*, entendido como la pluralidad en la información, el esfuerzo por argumentar y razonar, la expresión de la opinión pública explícita del medio y la *adecuada mediación*: cuando los medios fomentan relaciones comunicativas fluidas y en ambas direcciones, entre autoridades y ciudadanos, y medios que propicien la *cultura del debate* y la búsqueda de consensos.

A partir de estas condiciones, los medios masivos de comunicación pueden *incidir en la opinión pública*; lo que para Hernán Gutiérrez *et.al.* (1997:66) significa:

- Ser capaz de poner temas en agenda pública, es decir, introducir informaciones para que sean consideradas por la opinión pública.
- Ser capaz de mantener temas en agenda pública, mediante el seguimiento de las informaciones.
- Ser capaz de establecer estrategias informativas para el tratamiento de temas claves.
- Ser capaz de asumir posiciones y apoyar determinadas corrientes de opinión.

- Ser capaz de convertir determinada corriente de opinión en opinión dominante o mayoritaria.
- Ser capaz de provocar la toma de iniciativas y acciones del público en beneficio del bien común.

Como se puede apreciar, esta incidencia se establece —continuando con la reflexión de Gutiérrez *et.al.* (1997:67)— a partir de dos situaciones concretas: *a)* cuando un tema no está en la agenda pública (serie de asuntos de relevancia sobre los cuales se pronuncia la colectividad) y se quiere colocarlo, y *b)* cuando el tema ya está en agenda y se desea orientarlo en determinada dirección.

### 4. La participación radial de los oyentes

> *En estos tiempos de globalización y homogenización crecientes, las radios comunitarias son espacios de participación ciudadana donde se expresan todas las voces y se defiende la diversidad de idiomas y culturas. El derecho a ser y pensar diferente, a tener gustos y aspiraciones distintas, se vuelve hoy un imperativo de la democracia. El derecho a la diferencia implica el deber de la tolerancia.*
> ***Carta de las Radios Comunitarias y Ciudadanas, AMARC, 1997***

Otra de las características primordiales de las radios populares es su permanente aplicación del concepto político de democracia al campo de la comunicación a través de *lo participativo*[92], que marca los proyectos de radio popular. Por ello, éstas siguen siendo *radios participativas* identificadas por:

- Dar la palabra al pueblo porque la palabra es poder. (...) La participación da poder y este poder permite actuar sobre la realidad para transformarla.
- Estar abierta a todos los sectores. En nuestras radios todos deben poder hablar (...) sin distinción ni discriminación.
- (...) La radio participativa será punto de encuentro, de diálogo, de debate. No construiremos una nueva sociedad eliminando al otro, sino en diálogo con él.

[92] Según el Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente (1997:13), la efectiva *participación social* de la gente en el diseño y gestión de su propio desarrollo se materializa a través de los siguientes aspectos: a) la participación masiva de hombres y mujeres de la comunidad en los autodiagnósticos comunales, que identifican, concertan y priorizan la problemática, potencialidades, limitaciones y aspiraciones de la comunidad; b) la participación delegada de los representantes de las Organizaciones Territoriales de Base (OTBs), de las Asociaciones Comunitarias, de otras organizaciones de la sociedad civil y del Comité de Vigilancia en los eventos y talleres distritales/cantonales y seccionales en los que se concerten y definan prioridades, visiones, programas y proyectos del proceso de Planificación Participativa Municipal; y, c) el control social que ejerce el Comité de Vigilancia y las OTBs en el seguimiento, evaluación y ajuste de las acciones y proyectos que se implementan en las comunidades.

- Una comunicación horizontal. La radio popular es una radio conectada con el pueblo y la sociedad. Parte y se nutre de la vida misma de la gente, tiene en cuenta a la persona en su integridad, es decir, sus necesidades, sus afectos, sus gustos e intereses.
- La radio participativa tiene presente a su audiencia en todo el proceso comunicativo, en la planificación, como fuente, en la producción, en la evaluación; involucra a sus oyentes como interlocutores protagónicos.
- Promover una participación educativa. La participación permite al pueblo avanzar en la formación de un saber: cuando hablamos tenemos que estructurar nuestro pensamiento, realizar un proceso intelectual que nos ayuda a crecer. Esta participación será útil y educativa en la medida que en nuestras radios se la planifique y establezcan objetivos claros.
- La producción creativa de espacios y formas participativas. La participación no está sólo en ofrecer el micrófono para que todos hablen, pasa por la producción de programas creativos y entretenidos que promuevan una participación de calidad y que contribuya al cumplimiento del proyecto democrático de nuestras radios (ALER, 1996: 66-68).

El carácter participativo de estas emisoras, a juzgar por ALER (1996:38), es uno de los mayores logros de las radios populares. Lo que las distingue es el modo en que hacen posible el acceso a sus micrófonos: con respeto a los oyentes, atendiendo sus necesidades, considerándolos con capacidad de diálogo y acción pública, como actores co-protagónicos de los procesos sociales.

López Vigil (1999:20) lo corrobora al indicar que las radios populares tienen como propuesta la participación popular y como desafío y responsabilidad social, el amplificar públicamente la voz del pueblo —ahora interlocutor— y, de esta manera, legitimarla socialmente, al mismo tiempo de aumentar su autoestima y empoderamiento como “punto de partida para la construcción de ciudadanía. Hablando, opinando públicamente, nos ciudadanizamos.”

Así, esta participación que permiten las radios populares entre sus públicos está ubicada dentro del proceso de construcción de la democracia, donde —como acertadamente complementa Carlos Toranzo Roca (1999:xiii)— los actores sociales, políticos e institucionales, y particularmente la gente pobre y otros sectores sociales marginados y excluidos de la participación, buscan un lugar donde tener voz y representatividad.

Las radios populares reconocen democráticamente esa pluralidad de actores otorgándoles “UN GRAN FORO DEMOCRÁTICO donde la participación sirva para tomar decisiones y obligar a los gobernantes a confrontarse con las ciudadanías” (Alfaro, 1999f: 33). Por eso, las radios populares son una instancia privilegiada para canalizar la participación: “tienen agilidad, flexibilidad, capacidad de innovación y lenguaje cercano a

la gente, propiedades de las que carecen las instituciones estatales" (Ossandón, 1997:304).

No obstante, la radio popular no sólo genera participación entre sus oyentes para tener una mejor interlocución entre la sociedad y el Estado, sino que también puede "desarrollar y reafirmar su identidad, o para profundizarla" (:xv), desarrollar la autoestima (orgullo de participar), formar esferas públicas para resolver problemas, proyectar demandas a las políticas nacionales, engendrar solidaridades sociales dirigidas a impulsar la equidad, ayudar a las personas a mejorar sus condiciones de vida o, en fin, intervenir en la toma de decisiones que les afectan a ellos y su entorno y en las acciones que de ellas se derivan. Por eso, estos espacios de participación, si logran ser apropiados por la gente, no dejan ser ámbitos de ampliación y despliegue de la ciudadanía (Toranzo, 1999).

Por tanto, la participación que suscitan las radios populares enlaza sus diversos ámbitos comunicativos en la conformación de un espacio público en áreas locales, tal como lo demuestra Toranzo con sus propias palabras:

> En el tema de la participación está inmersa la posibilidad de la generación de nuevas esferas públicas, espacio donde la gente se comunique entre sí, donde participe en torno a temas u objetivos muy diversos; unos, referidos a lógicas macro conectadas con el poder y; otros, más de una escala micro (:xxiii).
> En la casi totalidad de los países la participación —salvando sus limitaciones— es comprendida como un instrumento de mejora o profundización de la democracia en ámbitos locales; parecería que el espacio local se ha convertido en un laboratorio del ensanchamiento de la democracia (:xxv).

Precisamente, Rosa María Alfaro (1988:60) llama la atención sobre esa "creencia" a suscitar una participación estrictamente comunicacional disociada peligrosamente de la práctica política inserta en una realidad social concreta. Este ejercicio de la palabra pública —por medio de una participación que significa diálogo, cercanía e intercambio— posee para Alfaro un valor social y simbólico que se explicita como manifestación de una voluntad de ejercerla con sentido y continuidad:

> Hablamos de la capacidad para convertir lo que se aprendió en la experiencia cotidiana, en mensaje y vitalidad social que se comparte con otros (...) más aún si esa palabra contribuye a la formación del "nosotros popular" (:64).

Así, la participación radiofónica que posibilitan estos medios populares también plantea una serie de problemas (ALER, 1996:43) que deben ser solucionados paulatinamente como metas a lograr: organizaciones populares meramente demandantes y con visión instrumental del medio,

falta de una estrategia clara para la participación de las organizaciones, escasas relaciones externas con otras instituciones.

# Tercera parte:

## Laberintos de la comunicación educativa para el desarrollo

# Capítulo VI

## ERBOL en la línea de la democratización de la comunicación

ERBOL es hoy en día la más
grande, más compleja y más
productiva red de radiodifusión
educativa de toda América Latina.

***Luis Ramiro Beltrán y Jaime Reyes***

En Sudamérica, ERBOL es la organización más importante por el número de sus afiliadas y por la consistente labor capacitadora, orientadora y motivadora que ha llevado a cabo preferentemente con los grupos indígenas bolivianos.
***Ana María Pepino, 1999***

## A. LA ASOCIACIÓN DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA DE BOLIVIA (ERBOL)

ERBOL) se constituye en una Asociación privada no lucrativa de inspiración católica con fines educativos, comunicacionales y sociales. Esta Asociación se compone de socios activos[93] (afiliadas o asociadas) que mediante la utilización de diferentes medios de comunicación social, especialmente el medio radio, llevan a cabo —desde su creación en julio de 1967— actividades de comunicación, educación y promoción popular para el desarrollo integral de los sectores sociales más necesitados. Para lograr esto se traza como fin "coadyuvar en el cambio de estructuras económicas, sociales, políticas y culturales, en la búsqueda de una sociedad justa, fraterna, popular, democrática y equitativa" (ERBOL, 1997:1).

### 1. Breve reseña histórica

Esta Asociación nace gracias a la iniciativa de diversas congregaciones religiosas católicas que por ese entonces (1967) contaban con emisoras dedicadas a la actividad educativa —particularmente alfabetizadora—, cultural y catequista. Nos referimos a radio "Fides" de La Paz, fundada en 1939; "Loyola" de Sucre, fundada en 1950; "San Gabriel" de Peñas, fundada en 1955; radio "Pío XII" de Siglo XX, fundada en 1959; "San Rafael" de Cochabamba fundada en 1963 y a radio "Bolivia" de Oruro fundada en 1960.

La creación de ERBOL coincidió con el ideal nacional de impulsar la alfabetización[94] y fomentar la cultura, además de emplear la radio —"el medio de comunicación más importante del país"[95], tal como ellos mismos lo

[93] Conforme a sus *Estatutos y Reglamentos* (ERBOL, 1997:5-6), "Son socios las instituciones privadas sin fines de lucro que se dedican principalmente a la comunicación, educación y promoción popular para el desarrollo integral, mediante los medios de comunicación social y que se han asociado voluntariamente a ERBOL para lograr objetivos comunes."
[94] Luis Ramiro Beltrán y Jaime Reyes (1993:21) precisan que "En su primera década de acción cooperativa combinando técnicas a distancia con clases en el aula, ERBOL tiene más de 100.000 estudiantes registrados."
[95] En el artículo editorial "La radio en Bolivia" de La Razón, del 30 de junio de 1998, se menciona que la radio en Bolivia "sigue siendo la cenicienta de los medios de comunicación social." Por su parte, Beltrán y Reyes (1993:17) agregan que la radio "alcanza especialmente a los estratos más bajos de la población, mucho más que todos los otros medios, incluyendo a los campesinos nativos, ya que se adecua a su tradición oral."

valoran (ERBOL, 1986:1)— como un instrumento que contribuya al desarrollo integral de la población y, en especial, de los sectores económicamente pobres de las áreas rurales y urbanas. Por lo que entre 1967 y 1970 la Asociación adopta la experiencia y el método educativo de las *escuelas radiofónicas*, con una clara tendencia hacia la instrucción y concientización, y una marcada evolución hacia la participación.

Entre 1970 y 1975, con la *educación integral* —en coincidencia con otras experiencias que formaron la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER)— las afiliadas de ERBOL se lanzaron en búsqueda de la participación popular para valorarse como culturas y pueblos capaces de revertir las condiciones de su marginalidad social, económica y política. En este período hay que destacar el apoyo de algunas afiliadas de ERBOL a la organización de grupos y organizaciones de los sectores populares para el logro de sus reivindicaciones y la definición de sus objetivos.

De 1976 a 1980, el pueblo es noticia en las programaciones de las emisoras de ERBOL, y bajo el estilo de la *radio participativa* que se consolida en su ámbito regional, la radiofonía boliviana se dota de una de sus conquistas más importantes: la participación popular y el pueblo como emisor y receptor de sus mensajes.

La década de los años '80 es el período en el que ERBOL asume su personalidad de *radio popular*[96]. Delimitan este rol institucional la creación y funcionamiento del Centro de Comunicación Popular (CCP)[97], que unió más estrechamente a las afiliadas de la Asociación a través de contactos diarios y de información desde los sectores populares, así como los innumerables

---

[96] Radio popular en el sentido de que los sectores populares —definibles en términos socioeconómicos y culturales— ocupan un lugar central como sujeto, fuente y destino de su acción. Como manifiesta María Cristina Mata (1993b:59), "Reconocerse populares implica un posicionamiento global frente a un sistema económico-social en el cual dichos sectores —sin importar de qué grupos se trate o dónde estén ubicados geográficamente— son marginados o excluidos también globalmente del poder." De este modo se comienza a trabajar para que los sectores populares puedan conocer y poner en común sus realidades, necesidades e intereses, y logren hacer públicos sus proyectos ante el conjunto de la sociedad por la sustitución de formas de vida injustas y autoritarias.

[97] El CCP surgió en 1984 con la finalidad de crear una agencia de noticias populares que fueran el producto de un intercambio informativo y de las vivencias de la población de una región a otra de Bolivia donde funcionan las afiliadas de ERBOL. A partir de este trabajo se vio la necesidad de trasladar la problemática rural hacia los centros urbanos, donde se encuentran los grandes públicos y los centros de toma de decisiones. Para este efecto, se creó en 1991 la Agencia de Noticias ERBOL, con un servicio escrito que se nutre del trabajo de un equipo de prensa establecido en La Paz y los despachos que realizan corresponsales permanentes distribuidos en todo el país. En la actualidad esta Agencia realiza, bajo el mismo sistema, un servicio de noticias radiofónicas especialmente dirigidas a las radioemisoras afiliadas a ERBOL.

eventos de capacitación en dirección de lograr productos y productores(as) nuevos(as) y los programas radiofónicos de producción propia elaborados en la Secretaría Ejecutiva. Al respecto, Beltrán y Reyes (1993:22) atestiguan apropiadamente que

> Desde 1980 —habiendo logrado un alto nivel de eficiencia al dirigir la educación y alentar la organización de los campesinos y los pobres del campo— ERBOL cambió, dando un mayor énfasis a la participación activa de la gente en la comunicación masiva. Su herramienta básica para ello es un sistema de telefax de alta frecuencia que enlaza a todas y cada una de las estaciones afiliadas a lo largo de la nación. Esto propicia las condiciones para que las organizaciones de base estén al tanto —veloz y permanentemente— de la realidad local, nacional e internacional (...) Por primera vez en la historia un medio masivo cubre eventos en remotas y pequeñas aldeas que nunca aparecen en las pantallas de televisión o en las columnas de los grandes diarios.

En 1988, la Asociación reconoce su rol de *comunicación popular*, que se entiende como una práctica educativa orientada a "Coadyuvar en el cambio de la estructura económica, social, política y cultural para lograr una sociedad justa, fraterna y participativa" (ERBOL, 1989:1). Esta situación nos muestra el reconocimiento de lo comunicacional como espacio de intervención específico de la Asociación, frente a la educación y promoción popular de los años iniciales. En una evaluación posterior, la Asociación (1995:3) reconoce que

> Lo popular desde la educación ha limitado su espacio de realización a la organización, el campo de sus mensajes a la concientización, y su lenguaje a la abstracción ideologizadora. Recuperar lo comunicacional en ERBOL significa recuperar a la audiencia, al individuo, a la familia, al grupo, a la comunidad, al país en espacios en los cuales en lugar de buscar solamente concientización, se tienen que provocar consensos desde el manejo de la palabra, de la emoción, del gusto, de la utilidad, de la acción concreta.

## 2. Marco estratégico

Motivada por la necesidad de seguir avanzando en la consolidación de su institucionalidad y su desarrollo organizacional, la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL) decide en la Asamblea Ordinaria anual de 1995, con la aprobación de los directores y representantes del personal de sus afiliadas, proyectar sus acciones con enfoque estratégico. De tal manera que la definición de su identidad, misión, horizonte, objetivos, políticas y estrategias —plasmadas en su *Estrategia de comunicación educativa para el desarrollo,1995*— mediante procesos participativos permita proyectar sus acciones hacia una interacción prepositiva con su entorno a partir de su rol y sentido en la sociedad.

### *a. Identidad asociativa*

En el momento cuando se realizo el estudio, las 30 afiliadas a ERBOL realizaban su tarea comunicacional y educativa —en 8 de los 9 departamentos de Bolivia, excepto Pando— desde diferentes medios[98], en algunos casos complementarios entre sí:

- Prioritariamente son diversas experiencias de *radio popular* que corresponden al formato de radio educativa católica (Beltrán y Reyes, 1993:18) con sus propias particularidades y públicos concretos. Las 21 radioemisoras afiliadas a ERBOL tienen la siguiente caracterización[99], que en numerosos casos se presenta combinada: de acuerdo a su cobertura o alcance[100] encontramos locales[101] y regionales[102]; según sus públicos objetivo hallamos urbano-populares, campesinas, mineras; a juzgar por sus lógicas de producción percibimos escuelas radiofónicas y urbanas FM (Frecuencia Modulada).

  Las radioemisoras afiliadas son las siguientes: ACLO (Chuquisaca), Bermejo (Tarija), Chaka (La Paz), Chiwalaki (Cochabamba), Don Bosco (Cochabamba), Esperanza (Cochabamba), Horizontes (Oruro), Ichilo (Santa Cruz), Juan XXIII (Santa Cruz), María Auxiliadora (Santa Cruz), Nuevo

---

[98] Al respecto, Gregorio Iriarte y Marta Orsini (1992:124) ponderan que “El trabajo más significativo de ERBOL es la combinación de los medios presenciales con los medios masivos de comunicación. ERBOL considera que su método de trabajo espera resultados óptimos a través de la combinación adecuada de los medios grupales con los medios masivos”.

[99] Esta caracterización se apoya básicamente en la *Estrategia de Comunicación Educativa para el Desarrollo* elaborada por ERBOL (1995:17). En un primer borrador del citado documento se clasificaban así las “experiencias radiofónicas” de sus afiliadas: radios regionales campesinas, radios urbano-populares, radios urbanas FM, radios culturales, radios regionales provinciales, escuelas radiofónicas y centros de producción.

[100] Para ERBOL (1995:18), las “radios local y regional son irreemplazables, incluso a nivel urbano porque posibilitan la participación, la representación y la construcción social y cultural de ‘lo suyo propio’.” Incluso estas emisoras de radio son consideradas como mediadoras en toda aspiración de impacto nacional, ya que establecen comunicación con los sectores mayoritarios. Y, sin duda, en Bolivia la Asociación ERBOL es la red más representativa de estas radios.

[101] Las radios locales “Son de poca potencia. Sus temas son de interés de la comunidad, zona o barrio. Combinan la comunicación masiva con la directa” (Iriarte y Orsini, 1995:96).

[102] Estas radios regionales “Alcanzan a diversos pueblos de una zona o región. Facilitan la intercomunicación entre diferentes audiencias, el mutuo conocimiento. Son variadas en sus temas. Sobresalen por la valoración que hacen de la cultura de la región” (Iriarte y Orsini, 1995:96).

Amanecer (La Paz), Pachamama (La Paz), Pío XII (Potosí), San Gabriel (La Paz), San Miguel (Beni), Santa Clara (La Paz), Santa Cruz (Santa Cruz), Sariri (La Paz), Tarija (Tarija), Yungas (La Paz) y Parapetí (Santa Cruz).

- Respecto a la *potencia* de estas radioemisoras, Beltrán y Reyes (1993:21) mencionan que "Juntando todos los kilowatts de potencia sumarían el 40% del total de Bolivia."

- Además, existen en la Asociación ERBOL 9 *centros de producción radiofónica*, coordinadoras e instituciones de comunicación, educación, investigación, promoción y desarrollo. Estas afiliadas son Acción Cultural Loyola (ACLO, Potosí), Audiovisuales Educativos (AVE), Centro Boliviano de Investigación y Acción Educativa (CEBIAE), Centro de Educación de Adultos a través de Medios de Comunicación Social (CEAMCOS), Centro QHANA, Centro de Producción Radiofónica (CEPRA), Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA), Centro de Investigación y Servicio Popular (CISEP) y Escuelas Radiofónicas Fides (EERR Fides).

- La producción y emisión radiofónica por parte de estas afiliadas se elabora sobre todo de forma *bilingüe*: en español e idioma nativo (aymará, quechua y sólo una en guaraní).

- Todas las afiliadas realizan *educación radiofónica*, concebida ésta no sólo como "las emisiones especializadas que imparten alfabetización y difusión de conocimientos elementales —cometidos cuya utilidad y necesidad no se cuestionan—, sino también todas aquéllas que procuran la transmisión de valores, la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y de la comunidad; las que se proponen elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión y convertir a cada hombre en agente activo de la transformación de su medio natural, económico y social" (Kaplún, 1978:21). Adalid Contreras (1993:97) lo corrobora al afirmar que la *concepción educativa* de las radioemisoras de ERBOL "combina clases radiofónicas con programas de educación no-formal dirigidos a coadyuvar al fortalecimiento de las organizaciones populares, la revalorización de las culturas nativas y la expresión de la palabra de estos sectores."

- Conforme con el estudio de Jaime Reyes (1990:23), la *población meta* de las instituciones afiliadas a ERBOL —dependiendo del lugar donde desarrollen sus acciones— son campesinos aymaras y quechuas, población urbana, sub-urbana y rural. Adalid Contreras (1993:97) añade a los sectores urbano-populares y a los mineros. En síntesis, una clara opción por los pobres que abarca con sus radioemisoras afiliadas, según el Departamento de Investigación de ERBOL (1999), a 2.297.000 personas mayoritariamente de los sectores populares (campesinos, pobladores de barrios marginales, mineros, indígenas, mujeres, jóvenes y niños). Por otra parte, las radioemisoras afiliadas han desarrollado vínculos con "800 organizaciones de base y 2.500 grupos comunitarios en la nación" (Beltrán y Reyes, 1993:21).

- Algunas afiliadas tienen paralelamente producción en *impresos* (cartillas, afiches, libros, almanaques y boletines), que sirven de complemento y apoyo a los programas de radio, y que son distribuidos y utilizados por promotores, maestros y redes de reporteros populares[103].

- Existen 8 afiliadas en las que también se ha incursionado en el campo de la *televisión*[104], con una programación que en la mayoría de los casos se reduce a la retransmisión de enlatados nacionales y extranjeros[105], que son captados mediante una antena parabólica. Nos referimos a las radios Don Bosco, Parapetí, Sariri, Ichilo, Juan XXIII, Esperanza, San Gabriel y Yungas. Por su parte, el Centro QHANA y AVE efectúan producción informativa y educativa en *vídeo*.

- Asimismo, estas acciones comunicacionales masivas de las afiliadas a ERBOL son complementadas, en la mayoría de los casos, con la labor voluntaria de redes de *reporteros populares*, promotores, profesores, técnicos, catequistas y sacerdotes, en coordinación con organizaciones de base, barriales,

---

[103] Sobre este último punto se puede consultar la tesis monográfica de Franz Ulo Arteaga, *Los reporteros populares de ERBOL,* UCB, La Paz, 1999.

[104] La Asociación ERBOL es uno de los socios de Canal 18 – Católica de Televisión, de la ciudad de La Paz.

[105] Es notable la influencia de la televisión peruana, especialmente con sus telenovelas e informativos.

comunitarias, sindicales, cívicas, culturales, religiosas, económicas, de mujeres, etc.

De acuerdo con este panorama, la identidad asociativa —privada, sin fines de lucro, de inspiración católica, con opción por los pobres— tiende a redefinirse por su sentido de *comunicación educativa para el desarrollo*[106] constituyendo una red[107] compuesta por instituciones afiliadas que trabajan desde distintos medios masivos y grupales. En esta dirección, la Asociación ERBOL representa fundamentalmente las acciones de los sectores populares de los diferentes municipios y regiones donde desarrollan sus actividades las instituciones afiliadas para proyectarlas en sus propios contextos locales y a escala regional y nacional.

Precisamente, ERBOL como red tiene dos *espacios de intervención*:

***a)*** uno interno dirigido a la cualificación de los productos, la profesionalización de sus trabajadores[108], el mejoramiento de la gestión y el fortalecimiento de las relaciones entre afiliadas en una perspectiva de servicio, cooperación, coordinación, apoyo y corresponsabilidad; y,

***b)*** otro externo, en el que la finalidad institucional es de representación, proyección, concertación y legitimación de las diversas experiencias que representa, conjuntamente con la incidencia en la opinión pública, la intervención en las instancias de decisión de políticas y la competencia con otros medios

---

[106] En su Marco Conceptual, la Asociación ERBOL (1995:9) concibe que la "comunicación educativa juega en los procesos de desarrollo su propio rol, alimentando a nivel individual, grupal y colectivo la creación de consensos en favor de los proyectos y participando en la constitución cotidiana de las identidades culturales y sociales de la ciudadanía." Al entenderla así, la comunicación educativa recoge el sentido comunicacional de las relaciones articulando el desarrollo de los conocimientos (informarse, aprender), con el de las aptitudes (identificarse, relacionarse), de las expresiones (sentir, emocionarse) y el de la práctica (haceres, experiencias).

[107] A juzgar por Humberto Vandenbulcke (1999:4), "La formación de redes de radios populares se fundamenta en la voluntad política de incidir con más fuerza en la realidad nacional para representar y defender la causa de los sectores pobres y excluidos del desarrollo." Asimismo, Vandenbulcke (:5) añade que "La red se forma por la inter-actuación de un grupo de emisoras en torno a temas de interés común (local-regional-nacional): hay una dinámica de lo local hacia lo global (común) y al revés." La fundamental razón de ser de esta red, tal como sustenta ALER (1997:6), es política: "la democratización de nuestra sociedad, el desarrollo local integral, la justicia, la emancipación de nuestros pueblos." Por otro lado, señalamos que ERBOL es una de las cuatro redes nacionales de radioemisoras vía satélite: Radio Cadena Nacional, Panamericana y Fides 2001 son las otras; las dos primeras comerciales y la última de la Compañía de Jesús.

[108] Desde 1999 la Secretaría Ejecutiva de ERBOL, en convenio con la Universidad Católica Boliviana, viene implementando el Programa Nacional de Formación Universitaria en Comunicación Radiofónica "Voces Unidas", destinado al personal de sus afiliadas y de otras instituciones, así como a grupos sociales urbanos y rurales del país.

masivos de comunicación a favor de objetivos de democratización de la comunicación y de la sociedad.

### *b. Misión*

Por todo lo presentado, ERBOL (1995:5) se plantea como misión "Construir y contribuir a legitimar todas las opciones que favorezcan a la democratización de la palabra y de la sociedad, en tanto referente de la comunicación educativa para el desarrollo."

### *c. Horizonte*

Por ende, esta Asociación (1995:6) se propone como horizonte el "Contribuir a la democratización de la palabra, de la comunicación, la educación y la cultura, como una forma de construir una sociedad democrática, equitativa y participativa."

### *d. Objetivos*

Para alcanzar este horizonte, la Asociación ERBOL (1995:6) se plantea como objetivo global el "Consolidar un movimiento de comunicación educativa con capacidad de incidir en la opinión pública y en la definición de políticas educativas, culturales y comunicacionales a nivel local, regional, nacional e internacional, para contribuir a la construcción de propuestas de desarrollo."

Además, al nivel de Asociación se plantea en sus Estatutos (1997:1-2) los siguientes *objetivos particulares*:

- ***a)*** Apoyar y coordinar los esfuerzos que realizan sus afiliadas en sus actividades de comunicación, educación y promoción popular integral.
- ***b)*** Establecer políticas de investigación y evaluación al servicio de sus afiliadas y la sociedad.
- ***c)*** Cooperar con las afiliadas en la producción de materiales destinados a sus programas específicos.
- ***d)*** Organizar seminarios, cursos y otras actividades de capacitación y formación del personal en las áreas de ética social, comunicación social, administración, técnicas de tele educación y otras necesarias a la eficiencia del trabajo que realizan las afiliadas.
- ***e)*** Divulgar a nivel nacional e internacional la labor realizada por la Asociación y sus afiliadas para lograr una imagen real de la organización y sus objetivos.
- ***f)*** Procurar y canalizar recursos financieros, técnicos y humanos para el mejor desarrollo de las actividades de las afiliadas.
- ***g)*** Promover, representar y defender los intereses de las afiliadas ante las instancias correspondientes.

Como afiliadas tienen los siguientes *objetivos comunes* (ERBOL:2):

a) Concienciar sobre los derechos de la persona humana y contribuir al cambio social para el establecimiento de la sociedad fraterna y participativa basada en la justicia y la equidad.
b) Contribuir a superar las actuales condiciones de sometimiento y dependencia en los que se encuentran los sectores mayoritarios de la población y buscar conjuntamente condiciones para que éstos se constituyan en actores de su propio destino.
c) Ofrecer la oportunidad para el aprendizaje de la lectura y escritura de cualquiera de las lenguas del país, educación básica acelerada y otras modalidades no formales de educación de adultos.
d) Contribuir a la creación, renovación, investigación, desarrollo de métodos, sistemas y actividades orientadas a la comunicación, educación, formación y promoción popular integral en todos sus niveles.
e) Realizar a través de los medios de comunicación social acciones educativas-comunicacionales en las áreas formal y alternativa destinadas a desarrollar el nivel cultural, social y educativo de los sectores populares del país.
f) Coordinar con las instituciones, universidades y otros grupos que deseen desarrollar programas educativos a través de los medios de comunicación social.

***e. Políticas de comunicación***

Como parte de una autoevaluación realizada en 1990 y de una evaluación externa efectuada en 1994 con miras a la planificación de la Asociación ERBOL, desde 1995 se proponen cuatro *políticas de comunicación*[109] que guían sus acciones:

a) ***Comunicación educativa para la vida*.-** Esta política implica pensar a las personas en su cotidianeidad para responder con propuestas comunicacionales a sus necesidades de entretenimiento, información, reivindicación, aprendizaje, reflexión, análisis, intercambio, proyección.

Asimismo, “se relaciona con el tratamiento abierto de temas sobre los que es necesario ganar consensos para generar nuevas actitudes ciudadanas” (:11) y formar opinión responsable sobre los mismos. Por ejemplo, temas como la equidad de género, la lucha contra la pobreza, el respeto a los Derechos Humanos, la tolerancia a la diversidad cultural y social, etc. Todo esto no podría ejecutarse sin el cultivo de una nueva ética basada en la verdad, la justicia y la solidaridad.

[109] La Asociación ERBOL (1995:10) entiende la *política* “como un conjunto integrado, explícito y duradero de principios y normas para el comportamiento de un sistema”.

b) ***Comunicación educativa para la democracia*.-** En el marco del planteamiento de esta política se entiende a la democracia como finalidad de la comunicación educativa para el desarrollo en dos sentidos: uno propio, referido a la democratización de la comunicación, la educación y la cultura; y otro amplio que consiste en la búsqueda y construcción de una sociedad equitativa.

La democratización de la comunicación, de acuerdo con esta política, es un proceso en el que todos tienen acceso a la palabra. Esto implica profundizar las metodologías y principios que guían las acciones de las afiliadas de ERBOL provocando la participación y protagonismo ciudadano responsable. ERBOL en su conjunto interviene a partir de la construcción de los poderes locales, favoreciendo su consolidación y participación en procesos de cambio más amplios a escala regional y nacional.

c) ***Comunicación educativa para el desarrollo sostenible*.-** Esta propuesta “cobra sentido en la medida que proclame y garantice los derechos fundamentales de todas las personas, al mismo tiempo que fomente el desarrollo de acciones solidarias dirigidas a elevar la calidad de vida de la población, para que desarrolle dignamente sus potencialidades físicas, intelectuales, afectivas y morales” (:10).

Conforme con este planteamiento, la comunicación educativa se hace condición previa de los procesos sostenibles de desarrollo, los cuales son comprendidos desde una concepción integral donde intervienen factores económicos, sociales, políticos y culturales en un espacio de realización específico: las relaciones humanas individuales y sociales.

d) ***Comunicación educativa para el fortalecimiento de la sociedad civil*.-** Esta política considera que las democracias formales están plagadas de comportamientos que se oponen a su mismo carácter, por lo que es necesario trabajar en la construcción de la democracia en las propias instituciones y organizaciones pertenecientes y/o articuladas a la Asociación ERBOL.

De este modo, el carácter de la Asociación en tanto red requiere profundizar su sentido de proyección en dos sentidos: a) dotándose de una institucionalidad interna con sistemas de

organización participativas y representativas; b) saliendo de su carácter introvertido y de funcionalidad solamente hacia adentro o hacia el servicio a sus propias afiliadas, para proyectarse en la sociedad nacional amplia.

En este proceso la comunicación educativa para el desarrollo juega un rol fundamental multiplicando voces; posibilitando intercambios y acercamientos culturales y sociales; permitiendo el encuentro entre espacios públicos y privados, civiles y políticos; y estableciendo negociaciones entre lógicas, costumbres, racionalidades de diverso tipo que permitan practicar la tolerancia y la solidaridad.

***f. Estrategias de comunicación***

Para viabilizar las políticas en acciones concretas, la Asociación diseñó cuatro estrategias integradas e interrelacionadas, las mismas que detallamos a continuación tabla (6-1) tal como fueron planteadas en 1995, acompañadas por sus objetivos general y específicos y sus respectivas líneas de acción[110]

[110] Obviamos intencionadamente los ámbitos de aplicación de cada línea de acción porque esa información no es relevante para la presente investigación.

**Tabla 6- 1**

| ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN ERBOL | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **ASPECTOS** | **ESTRATEGIAS** | | | |
| | **INFORMACIÓN** | **PRODUCCIÓN** | **FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN** | **FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL** |
| ***Objetivo general*** | Incidir, desde el protagonismo del ámbito popular, étnico, cultural y regional, en la opinión pública nacional y en los sectores de poder, para hacer parte del discurso público sus problemáticas, intereses y propuestas. | Producción y distribución de programas de comunicación educativa para el desarrollo, cuyos sentidos, mensajes, lenguaje, géneros y formatos garanticen su competitividad y popularidad para viabilizar las políticas de la Asociación, al mismo tiempo que se generen ingresos propios. | Desarrollar procesos sistemáticos de formación y capacitación en aspectos integrales de teoría de la comunicación, realidad nacional, cultura general, manejo de medios, producción y tecnología, con la finalidad de lograr la profesionalización del personal de las afiliadas y consecuentemente medios de alta competencia. | Realizar procesos sistemáticos de acompañamiento en la revisión de las prácticas y en la definición de planes estratégicos, programas y proyectos de las afiliadas, que se correspondan con los desafíos actuales de la comunicación educativa para el desarrollo en Bolivia. |
| ***Objetivos específicos*** | - Coadyuvar en la legitimación de la problemática popular regional.<br>- Influir en los sectores que toman decisiones de políticas regionales y nacionales. | - Producción de programas de radio para su distribución masiva.<br>- Producción de programas de televisión con sentido cultural educativo.<br>- Producción de materiales impresos para la intercomunicación interna y la opinión pública.<br>- Funcionamiento de la radioemisora propia para la búsqueda directa de impactos en los sectores | - Lograr niveles de especialización en los distintos roles que se desarrollan en las emisoras afiliadas, mediante convenios con centros de educación superior que acrediten la formación sistemática.<br>- Apoyar en los procesos de formación y organización de los canales de TV de propiedad de las afiliadas.<br>- Desarrollar distintas | - Coadyuvar en la elaboración de planes estratégicos de las afiliadas de ERBOL que definan su identidad y líneas de acción en el marco de los retos actuales que plantea la sociedad boliviana.<br>- Definir formas de gestión institucional acordes con las características de la Asociación, basadas en la construcción de una sociedad democrática y |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | urbanos y de poder. | modalidades de formación y capacitación, adecuadas a las necesidades de formación en terreno, a nivel regional, de actualización o reciclaje y de profesionalización con seguimiento sistemático. | en la democratización de la palabra.<br>- Buscar y admitir formas de financiamiento propios que garanticen la estabilidad de todas las afiliadas y de la Secretaría Ejecutiva, para validar la misión asociativa. |
| ***Líneas de acción*** | - Agencia Informativa<br>- Informativo "Encuentro Nacional"<br>- Centro de Comunicación Popular (CCP) | - Producción de programas de radio<br>- Revista "Imágenes"<br>- Radio novelas<br>- Series<br>- Producción de programas de televisión<br>- Revistas<br>- Documentales<br>- Informativos<br>- Producción de impresos<br>- Boletín institucional<br>- Dossier<br>- Radioemisora | - Capacitación por especialización temática<br>- Capacitación por tipos de medios<br>- Capacitación por modalidades<br>- Capacitación especializada por población atendida | - Plan estratégico<br>- Gestión institucional<br>- Financiamiento |

FUENTE: Elaboración propia sobre la base de las reflexiones de ERBOL 1995 (:20-31).

## 3. Estructura interna

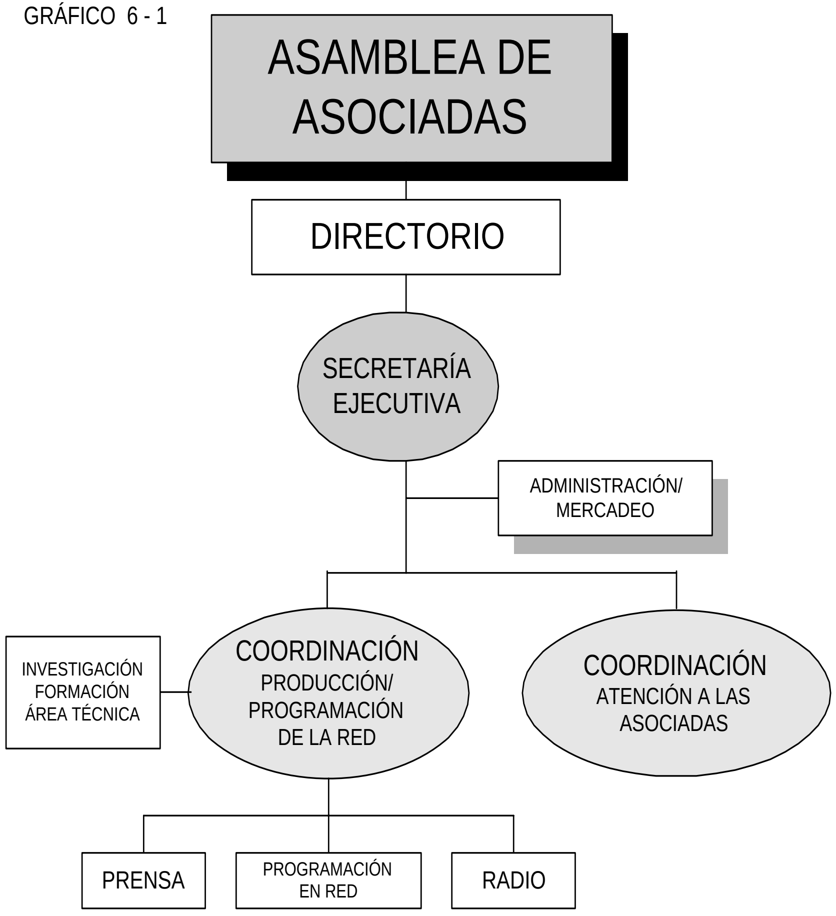
Y desde esta perspectiva, la Asociación asume la siguiente *estructura* conforme a sus niveles directivos: la autoridad máxima de ERBOL es la *Asamblea* general ordinaria de socios (instituciones afiliadas) que se reúne una vez por año y en forma extraordinaria cada vez que el Directorio la convoque para tratar asuntos que por su especial importancia caen bajo su competencia. La Asamblea elige un *Directorio*[111] que preside políticamente la Asociación.

El funcionamiento operativo está a cargo de una *Secretaría Ejecutiva* que cuenta con un equipo de técnicos, productores y capacitadores, y tiene su sede en la ciudad de La Paz, domicilio legal de ERBOL. Para ejecutar por delegación las decisiones de la Asamblea y responder ante el Directorio sobre su función de servicio a los socios, la Secretaría Ejecutiva coordina y se responsabiliza por las acciones de un conjunto de departamentos, tal como se observa en el gráfico 6-1.

[111] El Directorio, elegido por simple mayoría de votos, está compuesto por un presidente, vicepresidente, secretario de asuntos económicos y financieros, secretario y vocales.

**ORGANIGRAMA DE LA ASOCIACIÓN DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA DE BOLIVIA (ERBOL)**

GRÁFICO 6 - 1




**FUENTE:** Elaboración propia del autor.

## Capítulo VII

# Las emisoras protagonistas

Feliz el que no insiste en tener razón, porque nadie la tiene o todos la tienen.
Nadie es la sal de la tierra; nadie, en algún momento de su vida, no lo es.
No exageres el culto de la verdad; no hay hombre que al cabo de un día, no haya mentido con razón muchas veces.
Busca por el agrado de buscar, no por el de encontrar.
Nada se edifica sobre la piedra, todo sobre la arena, pero nuestro deber es edificar como si fuera piedra la arena.
Felices los valientes, los que aceptan con ánimo parejo la derrota o las palmas.
Felices los amados y los amantes y los que pueden prescindir del amor.

***Jorge Luis Borges***

## A. ERBOL Y LA PARTICIPACIÓN POPULAR

Desde 1997 hasta 1999, la Secretaría Ejecutiva de la Asociación ERBOL llevó a cabo- con el apoyo de la fundación Interpón, en una primera instancia, y del proyecto DDPC, en una segunda etapa- el programa de Fortalecimiento de la Participación Popular.

Este programa se planteó como objetivo fundamental el apoyar y fortalecer los mecanismos de participación ciudadana responsable y democrática en la gestión municipal y desarrollo local, promoviendo y acrecentando las destrezas y capacidades de hombres y mujeres-especialmente de los sectores pobres más vulnerables- para que puedan asumir plenamente sus derechos.

Para cumplir este cometido, el programa desplegó entre la mayoría de sus instituciones afiliadas- con particular incidencia en las radioemisoras populares- una estrategia educativa que combino técnicas de discusión pública (seminario y foro-panel), cursos de capacitación (taller) y producción-difusión de programas radiofónicos educativos sobre la temática de Participación Popular y ciudadana.[112]

En los talleres de capacitación propiciados por este programa, se trataron temáticas-que luego se las abordó en la producción de formatos radiofónicos concretos- como "Proceso de Cambio Estructural en Bolivia" (con incidencia en la Ley de Participación Popular), "Nuevas Competencias Municipales", "Legislación y Administración Municipal", "El Comité de Vigilancia", "La Planificación Participativa","Ciudadanía Efectiva y Democracia", además de "La Comunicación y la Participación Popular", "La Radio Popular con Carta de ciudadanía", "Los Géneros y Formatos Radiofónicos" "entrevista, noticia popular, foro-panel, sondeo de opinión, cuña) y "LA Opinión y la Agenda Pública".

### B. RADIOEMISORAS DE ERBOL INVOLUCRADAS EN LA INVESTIGACIÓN

Por razones operativas esta investigación se concentró en 11 de las 21 radioemisoras afiliadas a la Asociación ERBOL en 1999. Las radios seleccionadas participaron, en el primer semestre de 1999 en el programa de capacitación *Fortalecimiento de la Participación Popular* impulsado por la

---

[112] El tratamiento de esta temática fue apoyado por consultores del Instituto de Investigación y Desarrollo Municipal (INIDEM), institución privada de desarrollo social, cuya sede de operaciones se encuentra en la ciudad de La Paz.

Secretaría Ejecutiva de ERBOL. Nos pareció primordial trabajar con estas radios porque a través de este programa tuvieron, tanto sus radialistas como sus reporteros populares, una formación y práctica referidas a la cuestión de la ciudadanía y la comunicación radiofónica en el marco de la Participación Popular.

A continuación se revisa las características generales de las radios involucradas en el estudio.

## 1. Características generales (véase tabla 7-1)

### *a. Ubicación geográfica*

La mayoría de estas 11 radioemisoras populares se encuentra ubicada geográficamente en la parte occidental (altiplano y valles) y sólo una en la región nor-oriental (amazonía) del país. Por lo tanto, en este estudio abarcamos 5 de los 8 departamentos[113] donde éstas funcionan, a saber: La Paz (5 radios), Oruro (2 radios), Cochabamba (2 radios), Chuquisaca (1 radio) y Beni (1 radio).

### *b. Propiedad*

Todas ellas son instituciones de propiedad de congregaciones religiosas (jesuitas, salesianos, franciscanos) o diócesis de la Iglesia Católica. Una emisora (Yungas) está siendo dirigida y administrada por una asociación civil privada y no lucrativa como es el Centro Qhana y otra (San Gabriel), por los Hermanos de La Salle.

---

[113] Las 21 radios de ERBOL se encuentran en 8 de los 9 departamentos de Bolivia. Su distribución porcentual es la siguiente: en La Paz 33.33%, en Santa Cruz 23.80%, en Cochabamba 14.28%, en Tarija 9.52% y un 4.76% en Oruro, con similar porcentaje en Beni, Potosí y Sucre. Con lo que podemos afirmar que 3 de cada 4 radioemisoras afiliadas a la Asociación se encuentran en el eje central del país (La Paz-Cochabamba-Santa Cruz).

***c. Población meta***

Respecto a la *población meta* de estas radioemisoras, aproximadamente la mitad (45.45%) se dirigen a audiencias mixtas —urbano-populares[114] (la mayor parte en ciudades intermedias) y rurales (comunidades aymaras y quechuas)—, poco más de una tercera parte (36.36%) a públicos urbano-populares (2 radios) o rurales (2 radios) y una sola radio a oyentes urbano-populares y sub-urbanos —generalmente barrios marginales y villas pobres— y otra a rurales y sub-urbanos.

***d. Cantidad de audiencia***

Según los datos adquiridos, la *cantidad de audiencia* promedio de estas radios es más de cien mil personas; aunque se debe diferenciar que mientras algunas tienen aproximadamente 400.000 oyentes (por ejemplo, radio ACLO), otras alcanzan únicamente a poco más de 10.000 (por ejemplo, radio Horizontes). Sin duda que uno de los factores que influye en la cantidad de oyentes es —además de la calidad de la programación— la potencia utilizada. Y en este punto debemos hacer algunas aclaraciones respecto a la *frecuencia*.

***e. Frecuencia***

Aproximadamente la mitad (45.45%) de las 11 radios tomadas en cuenta para esta investigación transmiten en amplitud modulada (AM) y en frecuencia modulada (FM), tres (27.27%) lo hacen únicamente en AM y una (9.09%) exclusivamente en FM, hay dos emisoras (18.18%) que combinan alguna de estas frecuencias con la onda corta (SW). Aquéllas que trabajan en AM son las que abarcan mayor cantidad de audiencia. La FM generalmente es utilizada para cubrir el área urbana donde funciona la radioemisora, con una programación más musical —la mayoría de las veces orientada al público juvenil— y con enlaces con la programación de la AM —especialmente con los informativos y los programas de más elevado *rating*. Las radios ACLO —para campesinos quechuas— y San Gabriel —dirigida a campesinos aymaras— son las que disponen de mayor potencia, mientras que Horizontes y Sariri todo lo contrario.

[114] Nos referimos a audiencias urbano-populares porque sus condiciones objetivas de vida están —de acuerdo a la Comisión Episcopal para América Latina (CEPAL, 1984:12)— "centradas en esencia en la satisfacción de las necesidades básicas y la elaboración de estrategias de supervivencia." La CEPAL (:13) añade que en este sector se da "un elemento distinto al de otros estratos urbanos que se explica en parte por una participación económica insuficiente para el logro de una integración más amplia."

***f. Fecha de fundación***

Con relación a la *fecha de su fundación*, más de una tercera parte (36.36%) tienen menos de 10 años de vida y en igual proporción entre 10 y 25 años, y un 27.27% (3 radios) tienen más de 25 años.

**Tabla 3- 2**

| CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RADIOEMISORAS DE ERBOL INVOLUCRADAS EN LA INVESTIGACIÓN | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **INSTITUCIÓN AFILIADA** | **LOCALIDAD Y DEPARTAMENTO** | **PROPIETARIO** | **POBLACIÓN META** | **AUDIENCIA APROXIMADA** | **POTENCIA Y FRECUENCIA EMPLEADAS** | | **FECHA DE FUNDACIÓN** |
| | | | | | **AMPLITUD MODULADA (watts)** | **FRECUENCIA MODULADA (watts)** | |
| ***Acción Cultural Loyola – Radio ACLO*** | Sucre, Chuquisaca | Acción Cultural Loyola (Compañía de Jesús) | Rural/suburbana | 400.000 | 10.000 | - | 25/08/66 |
| ***Radio Chaka*** | Pucarani, La Paz | Diócesis de El Alto | Rural | 45.000 (1998) | 1.000 | - | 28/05/91 |
| ***Radio Don Bosco*** | Kami, Cochabamba | Congregación Salesiana | Urbana/rural | 40.000 (1994) | ( *) | - | 6/08/85 |
| ***Radio Esperanza*** | Aiquile, Cochabamba | Prelatura de Aiquile (franciscanos) | Urbana/rural | 30.000 (1997) | 3000 | 100 | 1/10/78 |
| ***Radio Horizontes*** | Huanuni, Oruro | Centro de Apoyo a la Educación Popular (CAEP) | Urbana | 12.000 | 100 | 8 | 22/05/95 |
| ***Radio San Gabriel*** | La Paz, La Paz | Iglesia Católica (Dirección: Hnos. de La Salle) | Urbana/suburbana | 200.000 | 16.000<br>2.500 (SW) | - | 15/03/54 |
| ***Radio San Miguel*** | Riberalta, Beni | Vicariato de Pando | Urbana/rural | 130.000 (1994) | 2.500 (SW) | 300 | 29/08/68 |
| ***Radio Santa Clara*** | Sorata, La Paz | Diócesis de Coroico | Urbana/rural | 80.000 (1994) | 3.200 | 20 | 21/12/75 |
| ***Radio Yungas*** | Chulumani, La Paz | Arzobispado de La Paz (administración: Centro Qhana) | Urbana/rural | 40.000 | 2500 | 100 | 16/07/78 |
| ***Radio Sariri*** | Escoma, La Paz | Congregación Salesiana | Rural | 48.000 | 450 | 15 | 2/02/92 |
| ***Radio Pío XII – Oruro*** | Oruro, Oruro | Radio Pío XII – Siglo XX (oblatos) | Urbana | (*) | - | 1.000 | 8/05/99 |

FUENTE: Elaboración propia del autor.

(*) En estos casos no se dispone de la respectiva información.

Para completar este panorama sobre las instituciones radiofónicas que componen esta indagación científica, revisaremos aspectos concernientes al personal con el que cuentan, los reporteros populares, los idiomas de emisión y los horarios y horas diarias de programación (ver tabla 7-2).

***g. Idiomas***

Respecto a los *idiomas de producción y transmisión* podemos afirmar que más de la mitad (54.54%) son bilingües —ya sea castellano y aymará o castellano y quechua—, un cuarto (27.27%) son trilingües —castellano, aymará y quechua— y solamente dos (18.18%) son monolingües —sólo en aymará o en castellano.

***h. Personal***

Referente al *personal estable* (o de planta que recibe sueldo fijo) calculamos un promedio de 10 personas por radio. Encontramos una radio (Sariri) con apenas 2 trabajadores y otra (San Gabriel) con 38. No obstante, la mayoría cuenta con escasos recursos humanos por lo que debe recurrir a *personal de apoyo* (voluntarios sin remuneración económica): una media de 5 personas por radio cumple esta labor. La radio que cuenta con mayor cantidad de personal estable, no posee gente de apoyo.

Todas estas radios populares afiliadas a la Asociación ERBOL disponen de *reporteros populares*. Poco más de la mitad (54.54%) cuenta con menos de 15 reporteros populares, un 36.36% posee entre 40 y 50 y una sola (radio ACLO) cuenta con 300.

***i. Programación global***

La generalidad de estas emisoras inicia su *programación* todos los días a las 5:30 de la mañana y finaliza aproximadamente a las 22:30 (50%), a las 20:30 (40%) ó a las 18:30 (10%) de lunes a viernes; y a las 23:00 (60%) ó a las 21:00 (40%) el fin de semana. La programación abarca un promedio de 13 horas diarias de lunes a viernes y 11 horas diarias el fin de semana (sábado y domingo). Más de la mitad de las radioemisoras (54.54%) reduce la cantidad de horas de programación el fin de semana y el resto (45.45%) las incrementa. La mayor parte (70%) de las emisoras realiza recesos en su programación diaria debido a la escasa producción propia y al personal con el que cuenta: una primera tanda en la mañana y otra en la tarde-noche (aproximadamente desde las 17:00pm en adelante).

**Tabla 7-2**

| CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RADIOEMISORAS DE ERBOL INVOLUCRADAS EN LA INVESTIGACIÓN | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **INSTITUCIÓN AFILIADA** | **PERSONAL** | | **REPORTEROS POPULARES** | **IDIOMAS DE EMISIÓN** | **PROGRAMACIÓN** | | | |
| | | | | | **HORARIOS** | | **HORAS DIARIAS** | |
| | **ESTABLE** | **APOYO** | | | **LUNES A VIERNES** | **SÁBADO Y DOMINGO** | **LUNES A VIERNES** | **SÁBADO Y DOMINGO** |
| ***Acción Cultural Loyola – Radio ACLO*** | 12 | 2 | 300 | Castellano y quechua | 05:00am-11:45am; 14:00pm-22:00pm | *Sábado:* 05:00am-12:00pm; 14:00pm-22:00pm<br>*Domingo:* 06:00am-12:00pm | *Lunes a sábado:* 15 horas | *Domingo:* 6 horas |
| ***Radio Chaka*** | 7 | 3 | 2 | Aymará | 05:00am-09:00am<br>17:00pm-22:00pm | *Sábado:* 05:30am-08:30am; 17:00pm-21:00pm<br>*Domingo:* 06:00am-09:00am; 18:00pm-21:00pm | 9 horas | *Sábado:* 7 horas<br>*Domingo:* 6 horas |
| ***Radio Don Bosco*** | 9 | 5 | 50 | Castellano, quechua y aymará | Lunes a sábado: 05:00am-09:30am; 7:00pm-21:30pm | *Domingo:*<br>06:00am-20:30pm | *Lunes a sábado:* 9 horas | *Domingo:* 14 horas y 30 minutos |
| ***Radio Esperanza*** | 7 | 2 | 5 | Castellano y quechua | 05:30am-21:00pm | *Sábado:* 06:00am-12:00pm; 17:00pm-21:00pm<br>*Domingo:* 06:00am-21:00pm | 16 horas y 30 minutos | *Sábado:* 10 horas<br>*Domingo:* 15 horas |
| ***Radio Horizontes*** | 2 | 4 | 6 | Castellano, quechua, aymará | 06:00am-18:30pm | 06:00am-12:00pm | 12 horas y 30 minutos | 6 horas |
| ***Radio San Gabriel*** | 38 | - | 43 | Castellano y aymará | Lunes a sábado: 05:00am-14:00pm; 16:00pm-22:00pm | *Domingo:*<br>06:00am-14:00pm; 16:00pm-21:00pm | *Lunes a sábado:* 15 horas | *Domingo:* 13 horas |
| ***Radio San Miguel*** | 15 | 10 | 45 | Castellano | 05:00am-13:00pm; 17:00pm-23:00pm | *Sábado:* 05:00am-23:00pm<br>*Domingo:* 06:00am-22:00pm | 14 horas | *Sábado:* 18 horas<br>*Domingo:* 16 horas |
| ***Radio Santa Clara*** | 5 | 6 | 13 | Castellano y aymará | 5:00am-8:00am<br>12:00pm-14:00pm<br>18:00pm-22:00pm | 5:00am-8:00am<br>18:00pm-22:00pm | 8 horas | 6 horas |
| ***Radio Yungas*** | 5 | 4 | 50 | Castellano y aymará | (*) | (*) | *Lunes a jueves:* 16 horas<br>*Viernes:* 19 horas | *Sábado:* 19 horas<br>*Domingo:* 9 horas |
| ***Radio Sariri*** | 2 | 5 | 5 | Castellano y aymará | 05:30am-09:00am<br>18:00pm-21:00pm | *Sábado:* 06:00am-09:00am; 18:00pm-21:30pm<br>*Domingo:* 06:00am-09:30am; 18:00pm-21:30pm | *Mañana:* 3 horas y 30 minutos<br>*Noche:* 3 horas | *Sábado:*<br>mañana 3 horas y noche 3 horas y 30 minutos<br>*Domingo:*<br>mañana 3 horas y 30 minutos y noche 3 horas y 30 minutos |
| ***Radio Pío XII – Oruro*** | 8 | 10 | 8 | Castellano, quechua y aymará | 5:00am-20:00pm | *Sábado:* 5:00am-22:00pm<br>*Domingo:* 7:00am-18:00pm | 15 horas | *Sábado:* 17 horas<br>*Domingo:* 11 horas |

FUENTE: Elaboración propia.

* En estos caso no se dispone la respectiva información

# Capítulo VIII

## Lo que dicen las radios

Magda recorta palabras de los diarios, palabras de todos los tamaños, y las guarda en cajas. En cajas rojas guarda las palabras furiosas. En caja verde, las palabras amantes. En caja azul, las neutrales. En caja amarilla, las tristes. Y en caja transparente guarda las palabras que tienen magia.

A veces, ella abre las cajas y las pone boca abajo sobre la mesa, para que las palabras se mezclen como quieran. Entonces, las palabras le cuentan lo que ocurre y le anuncian lo que ocurrirá.

***Eduardo Galeano***

## A. DISCURSO RADIOFÓNICO

La programación de las emisoras de radio afiliadas a la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL) se estructura básicamente en torno al género periodístico y al ómnibus. Éstos se complementan con los géneros educativo y musical y de entretenimiento. Cada una de las radios populares objeto de la presente investigación tiene sus particularidades en cuanto a su oferta comunicativa, conformando así un movimiento que si bien persigue objetivos socioculturales similares, se diferencia en la variedad y riqueza de sus prácticas.

Los formatos privilegiados dentro del género periodístico son los noticieros, despachos (con la participación de los reporteros populares), entrevistas, sondeos de opinión, revistas informativas y comentarios. A través de éstos se aborda con cobertura propia la actualidad informativa local —tanto urbana (ciudades intermedias) como rural (comunidades aymaras y quechuas)—, que trata especialmente sobre la problemática socioeconómica municipal (agraria, minera, laboral, sindical, educativa) desde una perspectiva de búsqueda de "desarrollo local y regional integral", es decir, el mejoramiento de la calidad de vida en todos sus aspectos. Sin embargo, las noticias locales no tienen conexión con las del ámbito regional, nacional o internacional, a pesar de que éstas ocupan un lugar importante en su oferta informativa noticiosa. Inclusive, en algunos casos, es bastante difícil distinguir el periodismo informativo del periodismo de opinión.

Loa casos del periodismo interpretativo e investigativo son aún un "lujo" que estas radios no se pueden dar por razones económicas y de formación: el incursionar en estos subgéneros periodísticos supondría, sin duda, mayor cantidad de personal calificado con tiempo suficiente y con condiciones adecuadas (equipamiento técnico, materiales, etcétera) para producir los programas.

Es una realidad que la mayor parte de los radialistas y reporteros populares de estas radios no conocen las diferencias sustanciales entre formatos y, por ende, la mejor forma de realizar cada uno con sus particularidades comunicacionales.

En cuanto al género educativo se estructuran programas radiales valiéndose de diferentes formatos y recursos (revistas educativas, entrevistas, notas ampliadas o contextualizadas, testimonios, sondeos de opinión, microprogramas, etc.). Estos programas educativos son definidos

por sectores de audiencia —dando prioridad a nuevos actores sociales como los jóvenes y las mujeres, pero también preocupándose por los niños y niñas— y temáticamente.

Respecto a este último aspecto cobran especial importancia los asuntos de género (equidad, desarrollo emocional), generacionales (juventud, orientación vocacional y profesional) y familia (formación pre-matrimonial, educación sexual y reproductiva, violencia doméstica). También se pueden destacar los temas relacionados con el desarrollo (medio ambiente, alfabetización, agropecuaria, agronomía, promoción humana) y la religión católica (Jubileo 2000, reflexión bíblica, evangelización y otros).

Con el género musical y de entretenimiento se pretende reforzar la identidad cultural de los oyentes. En esta línea, sobresalen las revistas musicales y los programas por género musical que difunden —particularmente a pedido de la audiencia con complacencias y felicitaciones— música autóctona/nativa, folklórica, nacional y en banda.

Por tanto, ligado al género musical y de entretenimiento encontramos al de servicio público que ocupa cerca de un 10% de la programación de estas emisoras populares. Por medio de este género (salutaciones, comunicados, mensajes, avisos, invitaciones) los oyentes utilizan la radio como un "teléfono público" que les permite estar en permanente comunicación con sus familiares y amigos que se encuentran alejados geográficamente.

Seguidamente se analiza la oferta comunicativa de las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación ERBOL desde tres categorías: géneros, formatos y temas presentes en la programación. A partir de este análisis, se escudriñó su perfil radiofónico. Veamos uno por uno cada aspecto que se investigó.

## 1. Oferta comunicativa

### *a. Según el género*

En general, estas radios populares de la Asociación en cuestión muestran el siguiente panorama global en su programación conforme al número de programas destinado a cada género radiofónico (tabla 8-1): cerca de una tercera parte está dedicada al género periodístico (27,09%), una cuarta parte al educativo (23,50%), un 17,52% al género musical y de

entretenimiento, un 16,33% al ómnibus, 10,75% al de servicio público y apenas un 3,18% al dramático y 1,59% al de celebración y espectáculo.

Sin embargo, veamos caso por caso los dos géneros predominantes en cada una de ellas según la cantidad de programas destinados a cada caso:

- ***Chaka:*** musical y de entretenimiento (31,81%) y educativo (22,72%).
- ***Horizontes:*** periodístico (61,11%) y educativo (16,66%).
- ***Sariri:*** ómnibus (31,25%) y educativo (25%).
- ***Pío XII (Oruro):*** musical y de entretenimiento (50%) y ómnibus (28,57%).
- ***Yungas:*** de servicio público (36,36%) y en igual porcentaje de presencia el periodístico (18,18%), educativo (18,18%) y musical y de entretenimiento (18,18%).
- ***Esperanza:*** periodístico (31,81%) y ómnibus (27,27%).
- ***ACLO:*** periodístico (42,10%) y educativo (26,31%).
- ***Don Bosco:*** ómnibus (35%) y periodístico (30%).
- ***San Gabriel:*** educativo (37,03%) y periodístico (29,62%).
- ***San Miguel*:** educativo (34,28%) y periodístico (22,85%).
- ***Santa Clara (AM):*** educativo (32,14%) y en igual proporción el periodístico (17,85%) y de servicio público (17,85%).
- ***Santa Clara (FM):*** en similar medida periodístico (26,31%), educativo (26,31%) y musical y de entretenimiento (26,31%).

Este es el abanico de posibilidades programáticas del movimiento de radios populares observadas.

**Tabla 8- 1**

| RADIOS | CANTIDAD DE PROGRAMAS POR GÉNEROS | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | PERIODÍSTICO | | MUSICAL Y DE ENTRETENI-MIENTO | | EDUCATIVO | | DRAMÁTICO | | DE SERVICIO PÚBLICO | | ÓMNIBUS | | CELEBRACIÓN Y ESPECTÁCULO | | TOTAL | |
| | No. Prog. | % | No. Prog. | % | No. Prog. | % | No. Prog. | % | No. Prog. | % | No. Prog. | % | No. Prog. | % | No. Prog. | % |
| *Chaka* | 3 | 13,63% | 7 | 31,81% | 5 | 22,72% | 1 | 4,54 % | 2 | 9,09% | 4 | 18,18% | - | - | 22 | 100% |
| *Horizon-tes* | 11 | 61,11% | 2 | 11,11% | 3 | 16,66% | - | - | 1 | 5,55% | - | - | 1 | 5,55% | 18 | 100% |
| *Sariri* | 2 | 12,5% | 3 | 18,75% | 4 | 25% | - | - | 2 | 12,5% | 5 | 31,25% | - | - | 16 | 100% |
| *Pío XII (Oruro)* | 3 | 21,42% | 7 | 50% | - | - | - | - | - | - | 4 | 28,57% | - | - | 14 | 100% |
| *Yungas* | 2 | 18,18% | 2 | 18,18% | 2 | 18,18% | - | - | 4 | 36,36% | 1 | 9,09% | - | - | 11 | 100% |
| *Esperanza* | 7 | 31,81% | 3 | 13,63% | 4 | 18,18% | - | - | 1 | 4,54% | 6 | 27,27% | 1 | 4,54% | 22 | 100% |
| *ACLO* | 8 | 42,10% | 1 | 5,26% | 5 | 26,31% | - | - | 2 | 10,52% | 3 | 15,78% | - | - | 19 | 100% |
| *Don Bosco* | 6 | 30% | 3 | 15% | - | - | 1 | 5% | 3 | 15% | 7 | 35% | - | - | 20 | 100% |
| *San Gabriel* | 8 | 29,62% | 1 | 3,70% | 10 | 37,03% | 2 | 7,40 % | 3 | 11,11% | 3 | 11,11% | - | - | 27 | 100% |
| *San Miguel* | 8 | 22,85% | 6 | 17,14% | 12 | 34,28% | - | - | 2 | 5,71% | 5 | 14,28% | 2 | 5,71% | 35 | 100% |
| *Santa Clara (AM)* | 5 | 17,85% | 4 | 14,28% | 9 | 32,14% | 3 | 10,71% | 5 | 17,85% | 2 | 7,14% | - | - | 28 | 100% |
| *Santa Clara (FM)* | 5 | 26,31% | 5 | 26,31% | 5 | 26,31% | 1 | 5,26 % | 2 | 10,52% | 1 | 5,26% | - | - | 19 | 100% |
| **TOTAL** | **68** | **27,09%** | **44** | **17,52%** | **59** | **23,50%** | **8** | **3,18 %** | **27** | **10,75%** | **41** | **16,33%** | **4** | **1,59%** | **251** | **100%** |

FUENTE: Elaboración propia .

***b. Según su duración***

A juzgar por la duración de los programas según sus géneros (Tabla 8-3), en primer lugar encontramos a los enmarcados en el género periodístico (27,36%) seguidos muy de cerca por los ómnibus (26,34%). La duración destinada a los programas de género educativo (16,37%) está equilibrada con los musicales y de entretenimiento (16,37%). Un 8,48% del tiempo total de la programación está destinado a los de servicio público y escasamente un 3,34% para las celebraciones y espectáculos y 1,71% para los dramáticos.

Analicemos una por una la duración de los programas de estas radioemisoras de acuerdo a los dos géneros preponderantes:

- ***Chaka:*** ómnibus (31,25%) y musical y de entretenimiento (23,43%).
- ***Horizontes:*** periodístico (60%) y educativo (20,74%).
- ***Sariri:*** en la misma proporción el ómnibus (22,72%) y el musical y de entretenimiento (22,72%), seguidos con similar porcentaje de presencia por los géneros periodístico (18,18%), educativo (18,18%) y de servicio público (18,18%).
- ***Pío XII (Oruro):*** ómnibus (48,27%) y musical y de entretenimiento (40,22%).
- ***Yungas:*** no tenemos datos al respecto.
- ***Esperanza:*** ómnibus (27,69%) y periodístico (26,76%).
- ***ACLO:*** periodístico (36,97%) y ómnibus (34,72%).
- ***Don Bosco:*** ómnibus (49,76%) y periodístico (22,11%).
- ***San Gabriel:*** ómnibus (33,47%) y periodístico (21,03%).
- ***San Miguel*:** educativo (24,07%) y periodístico (21,68%).
- ***Santa Clara (AM):*** educativo (26,96%) y periodístico (24,15%).
- ***Santa Clara (FM):*** periodístico (29,41%) y educativo (28,43%).

Así percibimos la gama de posibilidades de las radios populares indagadas.

**Tabla 8- 2**

| *RADIOS* | DURACIÓN DE PROGRAMAS POR GÉNEROS | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | PERIODÍSTICO | | MUSICAL Y DE ENTRETENI-MIENTO | | EDUCATIVO | | DRAMÁTICO | | DE SERVICIO PÚBLICO | | ÓMNIBUS | | CELEBRACIÓN Y ESPECTÁCULO | | TOTAL | |
| | Min. | % | Min. | % | Min. | % | Min. | % | Min. | % | Min. | % | Min. | % | Min. | % |
| *Chaka* | 120 | 12,5% | 225 | 23,43% | 165 | 17,18% | 30 | 3,12% | 120 | 12,5% | 300 | 31,25 % | | | 960 | 100% |
| *Horizon-tes* | 810 | 60% | 120 | 8,88% | 280 | 20,74% | - | - | 60 | 4,44% | - | - | 80 | 5,92% | 1350 | 100% |
| *Sariri* | 120 | 18,18 % | 150 | 22,72% | 120 | 18,18% | - | - | 120 | 18,18% | 150 | 22,72 % | - | - | 660 | 100% |
| *Pío XII (Oruro)* | 100 | 11,49 % | 350 | 40,22% | - | - | - | - | - | - | 420 | 48,27 % | - | - | 870 | 100% |
| *Yungas (*)* | | | | | | | | | | | | | | | | |
| *Esperan-za* | 435 | 26,76 % | 270 | 16,61% | 200 | 12,30% | - | - | 180 | 11,07% | 450 | 27,69 % | 90 | 5,53% | 1625 | 100% |
| *ACLO* | 575 | 36,97 % | 150 | 9,64% | 235 | 15,11% | - | - | 55 | 3,53% | 540 | 34,72 % | - | - | 1555 | 100% |
| *Don Bosco* | 240 | 22,11 % | 210 | 19,35% | - | - | 25 | 2,30% | 70 | 6,45% | 540 | 49,76 % | - | - | 1085 | 100% |
| *San Gabriel* | 245 | 21,03 % | 60 | 5,15% | 240 | 20,60% | 45 | 3,86% | 185 | 15,87% | 390 | 33,47 % | - | - | 1165 | 100% |
| *San Miguel* | 345 | 21,68 % | 248 | 15,58% | 383 | 24,07% | - | - | 105 | 6,59% | 270 | 16,97 % | 240 | 15,08% | 1591 | 100% |
| *Santa Clara (AM)* | 215 | 24,15 % | 90 | 10,11% | 240 | 26,96% | 85 | 9,55% | 110 | 12,35% | 150 | 16,85 % | - | - | 890 | 100% |
| *Santa Clara (FM)* | 150 | 29,41 % | 135 | 26,47% | 145 | 28,43% | 25 | 4,90% | 35 | 6,86% | 20 | 3,92% | - | - | 510 | 100% |
| **TOTAL** | **3355** | **27,36 %** | **2008** | **16,37%** | **2008** | **16,37%** | **210** | **1,71%** | **1040** | **8,48%** | **3230** | **26,34 %** | **410** | **3,34%** | **12261** | **100%** |

FUENTE: Elaboración propia.

(*) No se dispone de la respectiva información.

### *c. Según los formatos y recursos*

En cada uno de los géneros radiofónicos en que se clasificaron los programas ubicamos una serie de formatos y recursos por emisoras de radio. A continuación presentamos los resultados globales de la exploración —en cuanto a formatos y recursos identificados— según los géneros presentes en la programación, en orden de importancia.

- ***Periodístico:*** noticieros, revistas informativas, despachos, entrevistas, reportajes, comentarios, opinión, editorial, encuestas o sondeos de opinión, notas ampliadas o contextualizadas, entrevistas colectivas, noticias comentadas, debates, paneles, grabaciones, reflexiones, charlas.
- ***Musical y de entretenimiento:*** revistas musicales, espacios de música variada (en banda, de sobremesa, instrumental, éxitos del ayer), programas por género musical (autóctona/nativa, folklórica, tropical, religiosa, nacional, romántica, latina), complacencias, felicitaciones, ramilletes, correspondencia musical, notas, rankings musicales ("hit-parade").
- ***Educativo**:* entrevistas, series, notas ampliadas o contextualizadas, cartas, encuestas o sondeos de opinión, sociodramas, comentarios, por sectores de audiencia (infantil, tercera edad, jóvenes, mujeres), definidos temáticamente (salud, alfabetización, medio ambiente, agropecuaria, agronomía, pastoral, evangelización, lectura y comentario de la Biblia), revistas educativas, palabras de confianza, testimonio, microprograma, reportajes, documentales, adaptaciones.
- ***Dramático:*** cuentos, sociodramas, radionovelas, teatro popular.
- ***De servicio público:*** festivales de felicitaciones y salutaciones, comunicados, mensajes, avisos, llamadas telefónicas, cartas, visitas a la radio, convocatorias, invitaciones.
- ***Ómnibus:*** radiorevistas con charlas, entrevistas, testimonios, noticias, microreportajes, música, cuñas, sondeos, cartas, microprogramas.
- ***Celebraciones y espectáculos:*** transmisiones en vivo de actividades religiosas (misas) y deportivas (partidos de fútbol).

### *d. Según los temas*

Clasificamos los temas que predominan en los diferentes espacios de la programación de estas radios de acuerdo a los géneros indagados:

- ***Periodístico:*** actualidad informativa local —municipal en el ámbito urbano y rural (con la cobertura de reporteros populares)—, regional —generalmente aymará y quechua—, nacional e internacional, deportes (salud y hábitos de higiene personal), problemática agraria y minera,

identidad cultural, conflictos laborales, ejercicio de la ciudadanía (deberes y derechos), desarrollo local y regional integral, realidad social, precios del mercado, labores del Magisterio, sindicalismo, problemas coyunturales, ecología y medio ambiente, actividades locales de la Iglesia Católica.

- ***Musical y de entretenimiento:*** no se identificaron temas predominantes en cada programa.
- ***Educativo:*** asuntos de género (equidad, desarrollo emocional), generacionales (juventud, orientación vocacional y profesional) y familia (formación pre-matrimonial, educación sexual y reproductiva, problemática familiar), salud preventiva y curativa, medicina natural, religión (Jubileo 2000, catequesis, análisis y reflexión bíblica, pastoral, evangelización), cultura (cultura yungueña, lengua aymará), historia, causas estructurales de los problemas regionales y en la sociedad, temas tabú, realidad local y regional, ecología y medio ambiente, promoción humana, conservación de suelos, alfabetización, agropecuaria, agronomía, artesanía, temáticas municipales, elaboración de proyectos, desarrollo social, leyes actuales.
- ***Dramático:*** cultura aymará y quechua, salud sexual y reproductiva, temas sociales.
- ***De servicio público:*** felicitaciones y salutaciones, transporte de los productos, información local y regional, voz de los viajeros, servicio social e institucional.
- ***Ómnibus:*** noticias de interés, temáticas municipales locales, ciencia, historia, geografía, música, salud, desarrollo social, leyes actuales, medio ambiente y ecología, educación sexual y reproductiva, economía, política y otros.
- ***Celebraciones y espectáculos:*** religión católica (misa) y fútbol.

A continuación, sintetizamos en la tabla 8-3 se sintetiza la oferta comunicativa global de las emisoras de radio afiliadas a (ERBOL) que son objeto del presente estudio.

**Tabla 8- 3**

| OFERTA COMUNICATIVA GLOBAL DE LAS RADIOEMISORAS POPULARES ESTUDIADAS | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **GÉNERO RADIOFÓNICO** | **CANTIDAD DE PROGRAMAS[115]** | **DURACIÓN DE PROGRAMAS[116]** | **PRINCIPALES FORMATOS Y RECURSOS** | **PRINCIPALES EJES TEMÁTICOS** |
| ***Periodístico*** | 27,09% | 27,36% | - Noticieros<br>- Despachos<br>- Entrevistas<br>- Reportajes<br>- Opinión: comentarios, editorial, encuestas o sondeos<br>- Revistas informativas | - Actualidad informativa local (municipal urbana y rural), regional, nacional e internacional<br>- Deportes<br>- Problemática agraria y minera<br>- Identidad cultural<br>- Conflictos laborales<br>- Desarrollo local y regional integral<br>- Realidad social (problemas coyunturales)<br>- Sindicalismo<br>- Actividades locales de la Iglesia Católica<br>- Labores del Magisterio |
| ***Musical y de entretenimiento*** | 17,52% | 16,37% | - Revistas musicales<br>- Espacios de música variada<br>- Programas por género musical (autóctona, folklórica, tropical, religiosa, nacional, romántica, latina)<br>- Complacencias, felicitaciones, ramilletes, correspondencia musical | No se identificaron temas predominantes. |
| ***Educativo*** | 23,50% | 16,37% | - Entrevistas<br>- Encuestas o sondeos de opinión<br>- Por sectores de audiencia (infantil, jóvenes, mujeres)<br>- Definidos temáticamente<br>- Revistas educativas<br>- Microprograma<br>- Testimonios<br>- Reportajes | - Alfabetización<br>- Asuntos de género, generacionales y familia<br>- Salud preventiva y curativa, medicina natural<br>- Religión (Jubileo 2000, análisis y reflexión bíblica, pastoral, catequesis, evangelización)<br>- Cultura (lengua aymará)<br>- Ecología y medio ambiente, conservación de suelos<br>- Promoción humana<br>- Agropecuaria, agronomía<br>- Leyes actuales<br>- Temáticas municipales |
| ***Dramático*** | 3,18% | 1,71% | - Cuentos<br>- Sociodramas<br>- Radionovelas | - Salud sexual y reproductiva<br>- Temas sociales<br>- Cultura aymará y quechua |
| ***De servicio público*** | 10,75% | 8,48% | - Festivales de felicitaciones y salutaciones<br>- Comunicados, mensajes, avisos, invitaciones, convocatorias mediante cartas, llamadas telefónicas y visitas a la radio | - Felicitaciones y salutaciones<br>- Información local y regional<br>- Servicio social e institucional |
| ***Ómnibus*** | 16,33% | 26,34% | Radiorevistas con:<br>- Charlas<br>- Entrevistas<br>- Noticias<br>- Sondeos<br>- Música | - Noticias de interés<br>- Temáticas municipales locales<br>- Desarrollo social<br>- Medio ambiente y ecología<br>- Salud<br>- Leyes actuales<br>- Economía<br>- Política<br>- Geografía<br>- Música |
| ***Celebraciones y espectáculos*** | 1,59% | 3,34% | - Actividades religiosas<br>- Actividades deportivas | - Misa<br>- Fútbol |

FUENTE: Elaboración propia.

[115] Se identificaron en las radioemisoras estudiadas un total de 251 programas.
[116] La duración total de los programas es de 12261 minutos.

## 2. Público prefigurado

Para definir el público prefigurado de las emisoras de ERBOL objeto de esta investigación retomamos información ya recogida en el análisis de la oferta comunicativa porque —como exponen Mata y Scarafía (1993:141)— "de lo que se trata es de 'leer' esa oferta, buscando en ella los indicios del público al que se destina." En esta tarea, establecimos correlaciones entre los géneros de los programas y sus respectivos nombres y temáticas principales —formulados en el Registro de Programación (Anexo No.11). De ese modo establecimos los sectores de la audiencia a los que preferencialmente se dirigen estas emisoras de radio:

- ***Chaka:*** urbano-popular adulto y juvenil, campesino aymará.
- ***Horizontes:*** minero, urbano-popular juvenil y adulto, campesino quechua.
- ***Sariri:*** campesino aymará, urbano-popular adulto, infantil, juvenil y femenino.
- ***Pío XII (Oruro):*** urbano-popular juvenil y adulto.
- *Yungas:* campesino aymará, urbano-popular adulto, juvenil e infantil, migrantes yungueños en el interior y exterior del país.
- ***Esperanza:*** campesino quechua, urbano-popular adulto, juvenil e infantil.
- ***ACLO:*** campesino quechua, urbano-popular adulto.
- ***Don Bosco:*** campesino quechua, minero, urbano-popular adulto, juvenil y femenino.
- ***San Gabriel:*** campesino aymará, urbano-popular infantil, juvenil y migrante aymará en la ciudad.
- ***San Miguel*:** indígena de la amazonía, urbano-popular adulto, infantil, juvenil, femenino y de tercera edad.
- ***Santa Clara (AM):*** campesino aymará, urbano-popular adulto e infantil.
- ***Santa Clara (FM):*** urbano-popular adulto y juvenil.

La gran mayoría de estas radioemisoras tiene audiencias mixtas, es decir, tanto urbanas —con características populares— como rurales —especialmente campesinos aymaras y quechuas. Sus públicos preferenciales son los adultos varones (ya sean campesinos, indígenas, mineros o urbano-populares); no obstante, también tienen programas dedicados a la mujer, los niños y los jóvenes particularmente urbano-populares.

## 3. Perfil radiofónico

Para la determinación del perfil radiofónico tomamos en cuenta la duración de los programas según los géneros radiofónicos predominantes y caracterizamos a las radioemisoras de acuerdo a la propuesta elaborada por María Cristina Mata y Silvia Scarafía (1993:143):

- ***Chaka:*** Ómnibus-Educativo (emisora variada).
- ***Horizontes:*** Periodístico-Musical y de Entretenimiento.
- ***Sariri:*** Ómnibus-Periodístico-Educativo-De Servicio Público (emisora variada).
- ***Pío XII (Oruro):*** Ómnibus-Musical y de Entretenimiento.
- ***Yungas***:[117] De Servicio Público-Periodístico-Educativo-Musical y de Entretenimiento (emisora variada).
- ***Esperanza:*** Ómnibus-Periodístico (emisora variada).
- ***ACLO:*** Periodístico-Ómnibus (emisora variada).
- ***Don Bosco:*** Ómnibus-Musical y de Entretenimiento.
- ***San Gabriel:*** Ómnibus-Periodístico (emisora variada).
- ***San Miguel*:** Educativo-Periodístico (emisora variada).
- ***Santa Clara (AM):*** Educativo-Periodístico (emisora variada).
- ***Santa Clara (FM):*** Periodístico-Educativo (emisora variada).

De esta manera ubicamos 9 radioemisoras variadas, esto es, “aquéllas en que la música más otro género no llegan a representar el 65% del tiempo total de programación” (Mata y Scarafía, 1993:143). En los otros casos, encontramos radios de diferentes géneros, o sea, cuando predomina uno de éstos sobre la música y juntos constituyen aproximadamente el 65% del conjunto de la programación.

## 4. Discusión pública

Solamente una de las radios de ERBOL tomada en cuenta en esta investigación (Horizontes) usa esporádicamente dentro de su programación regular los formatos de debate, mesa redonda y panel. El resto de las emisoras los emplea esporádicamente —sin una clara distinción entre los tres— cuando se suscita algún problema municipal de trascendencia social, generalmente ligado a la corrupción o malversación de fondos.

---

[117] En este caso tomamos los datos disponibles sobre la cantidad de programas por género.

### B. OFERTA INFORMATIVA NOTICIOSA

Las noticias de interés público más importantes que han sido abordadas por las radios de ERBOL en el tiempo de realización de este estudio tratan ejes temáticos en torno a las leyes actuales que entraron en vigencia en el país dentro del marco de ajuste estructural fundamentalmente en la década de los noventa: Participación Popular (control social: lucha contra la corrupción), Reforma Educativa (administración "privada" de las Normales), Reforma Agraria (propiedad de tierras), Medio Ambiente y Forestal (caza indiscriminada, desmonte). De la misma manera, el tema de la defensa y respeto de los Derechos Humanos ocupa un lugar importante en su oferta informativa noticiosa.

Estas noticias fueron abordadas exclusivamente desde una perspectiva local con la participación de diversos actores sociales e institucionales involucrados en y desde el municipio: Gobierno Municipal, Organización Territorial de Base, Comité Cívico, Comité de Vigilancia, organizaciones y actores populares, instancias y actores educativos, autoridades políticas y dirigentes y, en algunos casos, la Iglesia Católica y otras radios de ERBOL.

Los tipos de periodismo más usados en la difusión de estas noticias que despiertan el interés colectivo y conforman las agendas públicas son el informativo (noticias, entrevistas) y el de opinión (sondeos, comentarios), y en segundo plano, el investigativo —especialmente en la comprobación y denuncia de hechos de corrupción. El periodismo interpretativo, que explica el sentido de los hechos, es muy escaso en estas radios.

El seguimiento que requieren estas noticias y el esfuerzo por definir su enfoque y la orientación que se quiere dar a las corrientes de opinión es discontinuo. En la mayor parte de las emisoras no observamos una planificación y ejecución de políticas y agendas informativas que orienten este trabajo. Éstas, más bien, responden a enfoques inconscientes o poco estructurados que dependen del compromiso de cada radialista y de los equipos de prensa.

Estos enfoques asignados al tratamiento de la noticia de interés público responden a la defensa de los Derechos Humanos, la lucha contra la corrupción, el cumplimiento de las leyes, la promoción del desarrollo humano, la protección y conservación del medio ambiente. Asimismo, se menciona en este punto el uso de un enfoque periodístico ciudadano y democrático caracterizado por "dar a conocer el hecho o conflicto" de

manera primicial, “buscar la contraparte” y aclarar las causas que lo originaron, además de promover el diálogo entre actores sociales e institucionales involucrados para “ayudar en la solución del conflicto”.

Se halla estrecha vinculación entre los actores sociales e institucionales, las fuentes de información y los líderes de opinión involucrados en las noticias de interés colectivo. Todos ellos son abordados desde una perspectiva local, vale decir, en y desde el municipio donde funciona la radio de ERBOL: Gobierno Municipal, Organización Territorial de Base, Comité Cívico, Comité de Vigilancia, organizaciones y actores populares, instancias y actores educativos, autoridades políticas y dirigentes y, en algunos casos, la Iglesia Católica, otras radios de ERBOL y organizaciones no gubernamentales. Aquí podemos percibir el pluralismo de opiniones que garantiza la radio popular.

Dependiendo de la importancia de la noticia y/o de la tradición del medio, en ciertas ocasiones se presenta una opinión editorial respecto a los hechos, pero en una buena parte de los casos la radio “sólo se circunscribió a reflejar los hechos”. El no definir una posición con respecto a los hechos ayuda poco —según Hernán Gutiérrez *et.al.*, 1997:88— a generar opinión pública, a no ser que se tenga “cierta postura global sobre la sociedad que permita establecer criterios generales que orienten el tratamiento de la información. Sobre esta base se impulsará determinada corriente de opinión o se refutará otra.”Estas radios se circunscriben en esta última situación.

Las relaciones interinstitucionales para la cobertura de noticias son muy escasas. En buena parte de los casos se recurre alguna vez a la Asociación ERBOL —ya sea a sus radios afiliadas con las que se tiene un trabajo conjunto o al informativo nacional producido por la Secretaría Ejecutiva—, a organizaciones y actores populares, instancias y actores educativos o a la Iglesia Católica.

Las estrategias comunicacionales efectuadas para el tratamiento de las noticias de interés público coinciden en señalar un trabajo enfocado hacia un periodismo ciudadano y democrático capaz de incidir en la opinión pública regional y nacional. Este periodismo se caracteriza fundamentalmente por ser objetivo (imparcial, veraz), claro/entendible, sensibilizador y fiscalizador (control social). Además, es un periodismo que busca “mantener informados a los comunarios” permanentemente con “noticias calientes, nuevas, novedosas, concretas”. Sus ejes temáticos y de sentido se configuran hacia la defensa de los Derechos Humanos y la mancomunidad.

Para establecer la oferta informativa noticiosa de las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL) se solicitó a los radialistas y reporteros populares —por medio de la técnica cualitativa de los debates grupales— que examinaran una noticia de interés sobre algún asunto público[118] que haya sido cubierto en el último mes por la emisora donde trabajan. Una sintáis de estos resultados se detalla a continuación, según las características de la noticia y el tratamiento que se las efectuó

## 1. Características generales de la noticia

Los indicadores abordados en este aspecto son los siguientes: ejes temáticos, lugar de origen, actores y participación de la población en la noticia.

### *a. Ejes temáticos*

Como ejes temáticos de las noticias difundidas por las radios analizadas se detectaron los referidos a:

- ***Participación Popular:*** control social, intervención a la Alcaldía Municipal.
- ***Reforma Educativa:*** racionalización de ítems, transferencia de la administración de las Normales a las universidades privadas.
- ***Reforma Agraria:*** propiedad de tierras.
- ***Medio Ambiente y Forestal:*** "caza indiscriminada e irracional", sequía, desmonte.
- ***Derechos Humanos:*** "discriminación a la mujer"; "explotación al campesino"; violación de los derechos ciudadanos; abuso por parte de autoridades, empresas, propietarios de tierras.
- ***Corrupción:*** malversación de fondos; anormalidades y conflictos internos en la empresa de servicio eléctrico.
- ***Cultura Andina:*** festival ganadero.

En la mayor parte de las radios no se observó una agenda informativa propia.

---

[118] A juzgar por Hernán Gutiérrez *et.al.* (1997:94) éstas "Son las informaciones de la agenda pública, los temas que despiertan el interés colectivo, generalmente polémicos y que tratan sobre asuntos políticos, económicos o sociales. Estas informaciones están referidas a procesos de formación de opinión pública." Según los mismos autores hay otras noticias de interés sobre asuntos privados, de utilidad para la vida diaria y de interés reducido.

### *b. Lugar de origen y actores*

Estas noticias son tratadas desde una perspectiva local —ya sea en la comunidad, ciudad o municipio— y sólo en un caso desde un enfoque regional. Respecto a los actores de estas noticias encontramos los siguientes en orden de importancia:

- ***Gobiernos Municipales:*** alcalde, sub-alcalde, Concejo Municipal.
- ***Organizaciones Territoriales de Base (OTBS):*** comunidades campesinas, comunidades o pueblos indígenas, juntas vecinales — Federación de Juntas Vecinales (FEJUVE).
- ***Organizaciones No Gubernamentales (ONGS)***.
- ***Comités Cívicos:*** presidente, secretario, vocales.
- ***Comités de Vigilancia:*** presidente y miembros.
- ***Instancias y actores educativos:*** Dirección Distrital de Educación, Ministerio de Educación, unidades educativas, juntas escolares, universidades, Escuelas Normales, padres de familia, estudiantes, Federación Urbana y Rural de Maestros.
- ***Medios de comunicación social:*** radios afiliadas a ERBOL, radios locales.
- ***Iglesia Católica***.
- ***Autoridades políticas y dirigentes:*** autoridades de la provincia, delegados de diferentes secciones, corregidores cantonales, dirigentes sindicales.
- ***Organizaciones y actores populares:*** campesinos, indígenas, reportero popular de ERBOL, gremios, Central Obrera Departamental, otras organizaciones populares.
- ***Otros:*** Federación de Mujeres, propietario de tierras, Derechos Humanos, expertos (ganadería, biodiversidad), presidente y vicepresidente del Servicio Eléctrico, candidatos y afectos de partidos políticos, Concejo de Administración de Cooperativa Minera, consecuencias del tiempo, Ley INRA.

### *c. Participación de la población*

Cuando se les consultó a radialistas y reporteros populares acerca de la intervención de la población en la noticia manifestaron que se opera particularmente a través de votos resolutivos, documentos (de aclaración, de comprobación), convocatorias, pronunciamientos de apoyo o rechazo, movilizaciones, paros, huelgas, protestas, bloqueos, marchas, reuniones con autoridades (nacionales y departamentales). La mayor parte enunció que esta participación se manifiesta en la opinión y comentarios que la

ciudadanía hace conocer públicamente por medio de los programas radiofónicos.

## 2. Tratamiento de la noticia

En este punto se abordaron una serie de indicadores: tipos de periodismo, formatos radiofónicos, seguimiento, enfoque, fuentes de información, líderes de opinión, opinión de la radio, relación con otras instituciones y medios de comunicación y estrategia comunicacional. Examinemos cada uno de éstos.

### *a. Tipos de periodismo*

Los tipos de periodismo más usados son el informativo y de opinión, y en segundo plano el investigativo. El periodismo interpretativo —entre cuyos formatos localizamos la nota contextualizada, la entrevista de fondo, la crónica o el reportaje— es el que menos se observa en las radios afiliadas a ERBOL que fueron tomadas en cuenta en esta práctica investigativa.

### *b. Formatos radiofónicos y seguimiento*

Los formatos radiofónicos empleados por los radialistas y reporteros populares en la producción de sus noticias de interés público son generalmente las noticias, entrevistas, sondeos de opinión y los comentarios. En ciertos casos se mencionan las crónicas, debates, reportajes y mesas redondas.

El seguimiento que le dan a las noticias varía en cada caso en particular desde tres días hasta un año. En varios casos detectamos que el seguimiento es discontinuo y —como ellos y ellas lo reconocen— "no permanentemente".

### *c. Enfoque*

A propósito del enfoque asignado por parte del medio a la noticia, en la mayoría de los casos no se lo ha planificado. En el análisis observamos los siguientes enfoques asignados a las noticias de interés público:

- ***Defensa de los Derechos Humanos:*** "mostrar falta de respeto de una autoridad hacia el pueblo", "abuso de autoridad", "violación de los Derechos Humanos y los Derechos de la Mujer (dignidad de la mujer)",

"abuso de las empresas constructoras a los beneficiarios y empleados", "falta de sensibilidad", "incumplimiento de las autoridades, imposición".

- ***Lucha contra la corrupción:*** "malversación de fondos"; "falta de comunicación en el uso de los fondos", "mala administración", "culpabilidad de las autoridades", "engaño a las comunidades".
- ***Cumplimiento de las Leyes:*** "falta hacer cumplir la Ley", "violación a la Ley de Participación Popular", "falta de respeto, de conocimiento y de cumplimiento de las leyes por parte de las autoridades"; "abuso del propietario de tierras ante la falta de conocimiento de las leyes por parte del campesino".
- ***Promoción del desarrollo humano:*** "para mejorar la calidad de vida", "hombres y mujeres son responsables en cada hogar y en su comunidad", "valoración de la cultura andina sana".
- ***Periodismo ciudadano y democrático:*** "dar a conocer el hecho o conflicto (tráfico de influencias)", "dar la primicia", "buscar la contraparte", "reflejar y ayudar en la solución del conflicto", "falta de voluntad de diálogo (ministro-estudiantes normalistas)", "aclarar el motivo de la racionalización de ítems", "relación entre universidades y estudiantes normalistas".
- ***Protección y conservación de los recursos naturales:*** "uso racional de recursos naturales para subsistir", "consecuencias de la sequía: mostrar falta de producción, migración, pobreza".

### *d. Fuentes de información*

En directa relación con los actores de las noticias localizamos a estas fuentes informativas en diferentes espacios:

- ***Gobiernos Municipales:*** alcalde, presidente del concejo y concejales, ex alcalde.
- ***Organizaciones Territoriales de Base (OTBS):*** juntas vecinales — Federación de Juntas Vecinales (FEJUVE).
- ***Organizaciones No Gubernamentales (ONGS):*** representantes.
- ***Comités Cívicos:*** presidente, secretario, vocales.
- ***Comités de Vigilancia:*** presidente, vicepresidente.
- ***Instancias y actores educativos:*** Federación Urbana y Rural de Maestros, rectores de Universidades y Normales, Comité Interinstitucional de Defensa de la Educación Fiscal y Gratuita, Dirección Distrital de Educación, junta escolar, padres de familia, directores de núcleos educativos, Ministerio de Educación, estudiantes normalistas.
- ***Medios de comunicación social:*** director radio local, prensa escrita.
- ***Iglesia Católica:*** Prelatura, parroquia.

- ***Autoridades políticas y dirigentes:*** dirigentes sindicales de la provincia, autoridades locales, corregidores titulares y auxiliares, sindicato de la comunidad, dirigentes mineros de la cooperativa.
- ***Organizaciones y actores populares:*** Federación de Campesinos, centrales provinciales, organización sindical, Central Obrera Boliviana, campesinos que visitan la radio, bases, comunarios, reportero popular de ERBOL.
- ***Otras:*** presidente y vicepresidente del servicio eléctrico, Federación de Mujeres, oficina de Derechos Humanos, Prefectura, candidato de partido político de la oposición, propietario de tierras, Ley INRA, documentos, expertos (agente de biodiversidad), hospital, el herido.

***e. Líderes de opinión***

En el caso de los líderes de opinión que intervinieron en las noticias estudiadas hallamos a los siguientes en diferentes espacios:

- ***Gobiernos Municipales:*** alcalde.
- ***Organizaciones Territoriales de Base (OTBS):*** presidente de la Federación de Juntas Vecinales (FEJUVE).
- ***Comités Cívicos:*** presidente.
- ***Instancias y actores educativos:*** ejecutiva de maestros urbanos, ministro de educación, rectores de universidades y normales, directora departamental y distrital de educación, presidente junta distrital, concejal (Comisión de Educación), directora del Centro de Apoyo a la Educación Popular (CAEP).
- ***Iglesia Católica:*** obispo de Oruro, monseñor, padres de la parroquia.
- ***Autoridades políticas y dirigentes:*** autoridades de salud.
- ***Organizaciones y actores populares:*** dirigentes de la Central Obrera Boliviana.
- ***Otros:*** comunarios, socios de la empresa de electricidad, encargado de partido político, subprefecto, propietario de tierras, ex jefe del INRA, diputados.
- ***Ninguno***.

***f. Opinión propia y relación con otras instituciones y medios***

Dependiendo de la noticia, en ciertas cuestiones la radio como medio manifiesta públicamente su opinión editorial sobre los hechos públicos acaecidos, pero en otros casos "sólo se circunscribió a reflejar los hechos".

En el abordaje de estas noticias, algunas radios establecen relaciones con instituciones y medios de comunicación:

- ***Radios locales:*** Radio Nacional de Huanuni y otras.
- ***Otras radios afiliadas a ERBOL:*** ACLO (Sucre), Pío XII (Siglo XX).
- ***Sistemas informativos en red a escala regional o nacional:*** Informativo Encuentro Nacional (ERBOL), Radios en Acción.
- ***Organizaciones y actores populares:*** Central Obrera Departamental.
- ***Instancias y actores educativos:*** universidad, Comité Interinstitucional de Defensa de la Educación Fiscal y Gratuita.
- ***Iglesia Católica:*** parroquia.
- ***Prensa:*** "tener otros medios como parámetros".
- ***Otras:*** hospital.
- ***Ninguna:*** "con nadie".

### *g. Estrategia comunicacional*

Respecto a las estrategias comunicacionales encaradas para el tratamiento de las noticias de interés público detectamos las siguientes según prioridad:

- ***Defensa de los Derechos Humanos:*** "hacer respetar los derechos humanos".
- ***Periodismo ciudadano y democrático:*** "hemos reportado desde el lugar de los hechos", "noticias calientes, nuevas, novedosas, concretas, entendibles", "entrevistas a los protagonistas", "primicias", "más noticias", "dar una mejor información al pueblo", "mantener informados a los comunarios", "imparcialidad y veracidad ya que tiene repercusión regional", "buscamos que se respeten las fechas históricas cívicas", "insistencia a la convocatoria para la reunión con comentarios del tema en actualidad y conocimiento".
- ***Incidencia en la opinión pública regional y nacional:*** "buscamos acciones concertadas para repercutir a nivel nacional cediendo información a medios escritos y orales", "hacer conocer a nivel nacional a través de las agencias noticiosas".
- ***Sensibilización al pueblo y autoridades*:** "buscamos sensibilizar a los organismos de gobierno", "la sensibilización sobre el control social", "sensibilizar a las autoridades correspondientes", "buscar interés en la población en la educación de sus hijos".
- ***Control social*:** "buscar el esclarecimiento de las anormalidades potenciando la información", "hacer conocer las mentiras de las autoridades", "utilizar el medio para buscar los mecanismos de solución al problema".
- ***Mancomunidad*:** "buscamos acciones de los cuatro municipios para hacer conocer a la opinión pública", "comunidades reglamentan la caza".

# Capítulo IX

## Todas las voces

Tantas cosas he aprendido de
ustedes los hombres...
He aprendido que todo el mundo
quiere vivir en la cima de la
montaña, sin saber que la verdadera
felicidad está en la forma de subir la
escarpada.

***Gabriel García Márquez***

## A. INCIDENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA

### 1. Incidencia de las radios de ERBOL en la opinión pública

Es un hecho que las radios afiliadas a ERBOL que fueron objeto de la presente investigación tienen una audiencia masiva (87,9%) en las áreas urbanas de los municipios donde funcionan.

La mayor parte de sus oyentes les asignan una utilidad primordialmente informativa (73%) que los lleva a movilizarse, organizarse, fiscalizar (control social), debatir públicamente, fortalecer sus instituciones y autoridades con una clara visión hacia la equidad de género, el desarrollo humano y la valoración de la identidad cultural. En estas tareas las radios de ERBOL y sus trabajadores (radialistas y reporteros populares) adquieren protagonismo, presencia pública y capacidad de incidencia en la opinión pública local y, en algunos casos, regional.

Un aspecto sustancial ligado a esta incidencia en la opinión pública es la labor que vienen desarrollando las radios de ERBOL para mejorar la implementación de la Ley 1551 de Participación Popular —eje fundamental en el ejercicio de la ciudadanía en/desde ámbitos locales. Los oyentes dieron algunas pautas para que estas radios optimicen su incidencia en este aspecto: esencialmente se debe mejorar la cara visible de la radio, vale decir, su programación. Esto supone una serie de aspectos que van desde el uso de una variedad de formatos —especialmente los de discusión pública: paneles, debates, mesas redondas—, la capacidad de conducción de los locutores (profesionalismo), la implementación de programas participativos donde el pueblo pueda dialogar directamente con las autoridades como un interlocutor válido con capacidad de influencia, hasta aspectos más técnicos como el mejoramiento de los equipos, el aumento de la potencia (cobertura) y la cantidad de horas diarias de emisión.

Asimismo, en el campo informativo los oyentes demandan la planificación, seguimiento y evaluación de agendas informativas con noticias tanto del ámbito urbano como rural del municipio (12,7%). Y directamente ligado a este aspecto encontramos la necesidad sentida de los oyentes para obtener orientación y explicación de las noticias y las leyes vigentes (11,8%) para poder ejercer de manera responsable su ciudadanía.

El control social (fiscalización) efectuado por parte de los ciudadanos a las autoridades y las acciones que éstas emprenden en el ámbito local, se

realiza también desde los medios masivos de comunicación (15,7%), entre los cuales resaltan las radioemisoras de ERBOL (9,7%). Este es un hecho más que nos demuestra que estas emisoras cobran confianza y responsabilidad entre sus audiencias, las que le reconocen un papel crucial en su ser ciudadano.

A continuación, se detallan los siguientes aspectos a investigar: escucha de la radio afiliada a ERBOL, utilidad principal asignada a esta radio, consecuencias de la difusión de una noticia de interés público, acción de la radio para mejorar la Participación Popular y control social por parte de los ciudadanos. A continuación desarrollamos cada uno de estos aspectos.

## 2. Escucha de la radio afiliada a ERBOL

Nueve de cada diez personas encuestadas (87,9%) manifestaron escuchar la radio afiliada a la Asociación ERBOL que funciona en su municipio y únicamente una persona (12,1%) no escucha. El sexo no influye en la escucha de estas radios ya que los porcentajes entre ambos sexos son similares en este caso. Respecto a los grupos de edad podemos afirmar que entre los que escuchan las radios de ERBOL el 44,3% son adultos (23-40 años), seguidos de los mayores y de tercera edad (38,1%) y finalmente por los jóvenes (17,6%). Cinco de cada diez personas que no escuchan estas radioemisoras poseen de 41 a más años (50,0%), un 36,8% entre 23 a 40 y un 13,2% entre 18 y 22 años de edad.

## 3. Utilidad asignada a la escucha de la radio de ERBOL

Entre las utilidades asignadas a la escucha de las emisoras afiliadas a la Asociación, se subrayan las siguientes: siete de cada diez utilizan las radios de ERBOL para informarse (73%), uno de cada diez para orientarse (13%) y en la misma cantidad para entretenerse (10,1%). Un porcentaje muchísimo menor denuncia por la radio (1,8%) y un 2% le da otras utilidades.

## 4. Consecuencias de la noticia

En este aspecto se tomaron en cuenta las repercusiones originadas con la difusión de las noticias de carácter público por parte de las radioemisoras afiliadas a la Asociación ERBOL. A continuación, se enumeran estas consecuencias en orden de importancia:

- ***Movilización social:*** “desorden, conflicto”, “marchas para poder obtener productos y semillas, saber lo que estaba ocurriendo en la Prefectura”, “descontento de algunos delegados y políticos”, “devolución de ítems”, “desprestigio a la empresa (patrimonio yungueño)”, “rechazo de oferta de trabajo por parte de los comunarios”, “amenazas del propietario de tierras a las comunarios”.
- ***Organización popular:*** “el pueblo se organizó”, “reunión de los comunarios afectados”, “se ha elegido al Consejero Departamental”, “conformación del Comité de Defensa de la Educación Fiscal y Gratuita”.
- ***Control social:*** “se hace público el congelamiento del Plan Operativo Anual”, “contraloría externa e interna”, “cambios de Prefecto y Sub-Prefecto”, “suspensión de los trabajos de desmonte por parte del INRA”, “disminuyó la caza indiscriminada de lagartos”, “compromiso de investigar y hacer cumplir la ley por parte del agente de biodiversidad”, “falencias en el directorio del Servicio de Electricidad”.
- ***Fortalecimiento institucional:*** “fortalecimiento del Comité de Vigilancia”, “fortalecimiento de las autoridades”.
- ***Discusión pública:*** “debate entre presidente y vicepresidente del Servicio de Electricidad”.
- ***Equidad de género:*** “ponderación del rol de la mujer”.
- ***Desarrollo humano e identidad cultural:*** “mejoramiento de la ganadería”, “valoración de la cultura andina sana”.
- ***Protagonismo de la radio, sus radialistas y reporteros populares:*** “la radio es protagonista”, “se hace público el proceso de Tribunal de Imprenta a la radio”, “protagonismo del reportero popular”, “amenazas públicas del Alcalde al personal de la radio”, “amenazas a la radio”, “amenazas a familiares”.
- ***Ninguna:*** “los afectados no han logrado tener lo que ellos querían (semillas)”.

## 5. Acción de la radio de ERBOL para mejorar Participación Popular

En este aspecto nos importó investigar la actividad fundamental de la radio de ERBOL para optimizar la Participación Popular.

Uno de cada diez de los consultados señaló que para apoyar la Participación Popular las radios afiliadas a ERBOL requieren mejorar y ampliar su programación (21,3%). Uno de cada diez apuntó que les hace falta programas participativos con la intervención de las autoridades y del pueblo (13%), información del municipio y las comunidades (12,7%), orientación y explicación de las noticias y leyes vigentes (11,8%), y personal

capacitado (profesionalismo) y mayor cantidad de reporteros populares (11,2%).

En cantidades menores expresaron que la escucha al pueblo y a las organizaciones (7,6%), la implementación de formatos como debates, sociodramas, paneles y otros (7,1%), la potencia para aumentar su alcance y cobertura (6,1%), el mejoramiento de sus equipos técnicos (3,9%) y los recursos económicos (1,2%), son aspectos a los que estas emisoras deben pretender lo antes posible. Apenas un 4,1% observó que no necesitan nada.

Más de la mitad de los que se refirieron al aspecto de la programación son mujeres (52,5%) y un 47,5%, varones. En la misma dirección, cinco de cada diez personas están entre los 23 y 40 años de edad (47,5%), cuatro de esa misma proporción de 41 a más (40,4%) y uno entre 18 y 22 (12,1%). Cinco de cada diez que nombraron la información son mujeres (53,6%) y en un porcentaje muy aproximado, varones (46,4%). Jóvenes son un 15,5%, cinco de cada diez se ubican entre los 23 y 40 años (46,4%) y cuatro de esa misma cantidad tienen de los 41 en adelante (38,1%).

De los que creen que no hay nada que estas radios deban hacer para favorecer la Participación Popular, más de la mitad son varones (55,6%) y cuatro de cada diez son mujeres (44,4%). Dos de cada diez están entre los 18 y 22 años (22,2%), cuatro de esa misma cantidad entre los 23 y 40 (40,7%) y más de un tercio tiene de 41 a más años (37%).

## 6. Control social por parte de los ciudadanos

Para efectuar el control social los encuestados de los seis municipios mostraron que especialmente emplean las marchas (19,5%) y el reclamo en las organizaciones (12,2%). Uno de cada diez apuntó que efectúan la denuncia en radios afiliadas a ERBOL (9,7%) y un porcentaje menor lo hace en otros medios de comunicación (6%). Otros mecanismos que los ciudadanos adoptan para el control social en sus municipios son las reuniones con autoridades (5,5%), el envío de cartas a éstas (3,2%), el cabildo abierto (2,8%), las huelgas (2,3%), la recolección de firmas (1,3%) y otros (1,7%). Este procesamiento estadístico no se apoyó en los encuestados que no respondieron esta pregunta, es decir, 4,5%.

## B. FORMAS E INTENCIONALIDAD DE LA PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA DESDE EL EMISOR

Las visitas a la radio, el envío de cartas y las llamadas telefónicas son una constante en la participación de los oyentes en las radioemisoras afiliadas a ERBOL, según sus radialistas y reporteros populares. Además que —como ellos y ellas afirman— utilizan una serie de formatos que permiten esta participación: encuestas o sondeos de opinión, testimonios, opiniones, entrevistas y, asimismo, una serie de programas participativos y de servicio social donde se incluyen saludos, mensajes, complacencias, felicitaciones, comunicados, avisos, concursos, etcétera.

Las diversas formas de participación de los oyentes se encaminan —de acuerdo con los radialistas y reporteros populares— a "alimentar" y mejorar la producción y la programación de las emisoras y a elaborar programas según las necesidades de los oyentes. Con su participación los receptores también dan a conocer libre y espontáneamente noticias y opiniones de hechos sobre la "vida real" de diversos sectores de la población. Todos estos factores dan mayor credibilidad a las radios populares frente a sus destinatarios.

Por otra parte, la participación se constituye en un puente articulador que "integra el trabajo de la radio con los grupos organizados", permite que los oyentes se "sientan parte" de la emisora y "se expresen como emisor", admite el impulso de la solidaridad hacia los "otros" en busca de la "satisfacción de las necesidades" y, asimismo, une a las "familias lejanas" poniéndolas en contacto. La participación, desde este enfoque, es considerada como un acto educativo de doble vía a través del cual recibimos y damos.

En la interpretación con profundidad de estos resultados se estructuraron tres cuadros de acuerdo a los momentos de participación de la audiencia: a) en la producción, b) durante la emisión y c) fuera de la emisión. Para cada uno de ellos se detectaron ciertos ejes-guía encontrados en el análisis. Por ejemplo, para el caso de la participación de los oyentes en la producción se desplegaron los siguientes: información y opinión, producción y programación radiofónica, integración, desarrollo y, finalmente, participación ciudadana. Seguidamente, compendiamos esos resultados en los tres cuadros mencionados, con una breve explicación para cada uno.

## 1. En la producción

La participación de la audiencia en la producción de los programas de las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación ERBOL (tabla 9-1) se realiza de diversas formas, entre las que sobresalen, las visitas a la radio, el envío de cartas y las llamadas telefónicas, además del uso de formatos radiofónicos que facilitan esta participación, como las encuestas, testimonios, opiniones, entrevistas, comunicados y otros.

**Tabla 9- 1**

<table>
<tr><th colspan="2">PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA EN LA PRODUCCIÓN</th></tr>
<tr><th>FORMAS DE PARTICIPACIÓN</th><th>INTENCIONALIDAD DE LOS EMISORES</th></tr>
<tr><td rowspan="4">- Visitas a la radio<br>- Envío de cartas<br>- Por teléfono<br>- A través de formatos participativos: encuestas, testimonios, opiniones, entrevistas, comunicados<br>- Trabajo de base con grupos organizados, dirigentes, secretarios generales, autoridades, organizaciones, ONGs, OTBs<br>- Invitación a expertos<br>- Club de oyentes<br>- Pastoral<br>- Actores en radionovela<br>- Reporteros o comunicadores populares (despachos y pasantías), corresponsales<br>- Centros de Salud<br>- Material de apoyo<br>- Intercomunicadores ("cajitas" de radio Yungas)</td><td>INFORMACIÓN Y OPINIÓN<br>- Los emisores a través de la participación de las audiencias pretenden conocer "noticias importantes, nuevas y novedosas" y de "hechos alejados" de los diversos sectores de la población y, así, mantener informados a los otros oyentes con "la vida real de la población": "que las actividades realizadas en las diferentes comunidades salgan a luz para enterar a toda la audiencia"<br>- De esta manera también las audiencias pueden expresar sus "opiniones, reclamos, saludos, instructivos", "sugerir, apoyar, opinar para mejorar", en suma, "para confirmar lo que se planea hacer u obtener la opinión sobre un hecho"<br>- Además, esta participación es útil "para concientizar y motivar a la gente en el tema que se difunde"</td></tr>
<tr><td>PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA<br>- La participación de la audiencia "alimenta la programación de la emisora" y ayuda a "producir según las necesidades de la audiencia", "a preparar mejor el programa", "reforzar el tema tratado", "aclaran y profundizan"<br>- Esta participación permite, según los emisores, que el programa "tenga mayor credibilidad"<br>- Además, por su parte "la gente participa porque es la [radio] que mejor se escucha, tiene variedad de programas, con buen contenido" y los emisores tienen "responsabilidad al pedido" musical</td></tr>
<tr><td>INTEGRACIÓN<br>- Es interesante como los radialistas y reporteros populares revelan que la participación permite "integrar el trabajo de la radio con los grupos organizados", "mantener las buenas relaciones entre sus componentes y, así, ser parte de ellos la radio"<br>- Por otro lado, el concurso de los oyentes en la radio facilita la integración de "familias lejanas" y permite la solidaridad con campañas de ayuda social</td></tr>
<tr><td>DESARROLLO<br>- Asimismo, esta participación radiofónica permite a los oyentes "dar alternativas de desarrollo integral" en busca de la "satisfacción de las necesidades de la comunidad"<br>- Esta misma participación es la que permite "cubrir carencias en materia educativa" ya que se "recibe orientación y formación como persona"; y, por otro lado, "apoyar los programas de los centros de salud" y "ganarse popularidad"</td></tr>
</table>

| | |
|---|---|
| | ***PARTICIPACIÓN CIUDADANA***<br>- La participación de los oyentes en la radio apoya en la ejecución de los mecanismos de participación de los ciudadanos en sus municipios, como la “elaboración del Plan Operativo Anual (POA)”, la organización de “ampliados y congresos” y el control social: “rendición de cuentas”<br>- Mediante su participación la gente “apoya a la radio” y se “expresa como emisor”, por lo que la radio popular quiere “lograr la mayor participación de la audiencia” |

En uno que otro caso, los despachos y pasantías que efectúan los reporteros populares son considerados como una manera de participación de los oyentes, ya que quizás no se los considera como emisores por su trabajo eventual, no remunerado y fuera de la emisora.

## 2. Durante la emisión

La audiencia de las radios de ERBOL participa en éstas (tabla 9-2) especialmente por teléfono, mediante cartas y visitas a la radio y por medio de formatos participativos (entrevistas, sondeos de opinión, debates, concursos, diálogos, etcétera) y una serie de programas de saludos, mensajes, complacencias, felicitaciones, comunicados, avisos. Aquí, alguna radio considera a los reporteros populares como parte de los oyentes y no es de extrañar que en ciertos casos ellos también se consideren así por las razones enumeradas en el punto anterior.

Muy relacionada con la participación en la producción, en ésta (tabla 5-6) se la considera como una estrategia para “democratizar la palabra” ya que los oyentes “elaboran su mensaje”, lo difunden con “su propia voz” y al escucharlo masivamente “se alegra, se siente muy grande”; de este modo, se construye un nexo en el que ellos y ellas “saben que serán complacidos” y que “hay una programación en la que pueden poner sus inquietudes”. Y directamente ligada a la participación ciudadana encontramos como una de sus formas de expresión a la participación radial, donde los ciudadanos “dan a conocer sus mensajes”, “informan y denuncian infidelidad, maltrato, saqueo, corrupción”, “se escucha y se hablan directamente” en busca de un entendimiento que les permita construir una sociedad más democrática para todos y todas.

Una participación que, sin duda, “permite mantener latente la audiencia” del campo y la ciudad en una aspiración por “darle vivencia” a la programación, “hacerla amena, participativa, dinámica y creativa”, pero, sobre todo, conocer y “atender los deseos y necesidades” de aquélla en busca de

integración, fortalecimiento de la identidad cultural y desarrollo humano de los diferentes grupos humanos que la componen, especialmente “para ponderar nuestro trabajo al lado del pueblo”.

**Tabla 9-2**

| PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA DURANTE LA EMISIÓN | |
|---|---|
| **FORMAS DE PARTICIPACIÓN** | **INTENCIONALIDAD DE LOS EMISORES** |
| - Por teléfono<br>- Mediante cartas<br>- Visitas a la radio<br>- Invitados especiales<br>- Formatos participativos: entrevistas, sondeos de opinión, encuestas, debates, concursos, disco debate, diálogo<br>- Saludos, mensajes, complacencias, felicitaciones, comunicados, avisos (necrológicos, sociales)<br>- Denuncias<br>- Reuniones comunales<br>- Reporteros populares (despachos)<br>- Despachos con monitor (“handy”)<br>- Conferencias<br>- Festival musical<br>- Casete, grabaciones, periódicos, afiches, artesanías<br>- Intercomunicadores (“cajitas” de radio Yungas) | ***INFORMACIÓN Y OPINIÓN***<br>- La participación de la audiencia durante la emisión de los programas permite “mantener información actualizada de la comunidad o barrio” para “conocer la realidad” que se vive de manera “real y no tergiversada”<br>- La radio popular da mayor cobertura a los oyentes “para que expresen sus sentimientos, opiniones, hagan conocer con sus propias voces”, “expresen libremente su criterio” (“hacen conocer su punto de vista”, “mandan su mensaje”) y, de este modo, “generar opinión sobre algún tema de interés general” e “incidir en la opinión pública” y “crearla donde sea necesaria”<br>***PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA***<br>- “Los que llaman pueden enviar saludos o solicitar el tema musical de su preferencia, y también aprovechamos en hacer alguna entrevista sobre las actividades que se realizan en sus comunidades; además, mediante cartas la audiencia puede entrar en concurso que algún programa organiza”. De este modo, la participación en la radio popular permite “mantener latente la audiencia”<br>- Este concurso de la audiencia en la programación permite “hacerla amena, participativa, dinámica y creativa”, le “da vivencia”<br>- Por otro lado, los oyentes participan porque “saben que serán complacidos”, “saben que hay programación en la que pueden poner sus inquietudes” y “conocen el horario especial”<br>***DESARROLLO***<br>- Esta participación radial permite conocer y “atender los deseos y necesidades urgentes” para “brindar ayuda personal o sectorial” y prestar “un servicio directo a la población”: con este fin “hacemos campaña solidaria”<br>- Por supuesto que esto está relacionado con “mostrar afecto e integrar grupos humanos”<br>- Igualmente hay un refuerzo de la identidad cultural de los diversos grupos humanos ya que la participación “despierta el interés por la cultura y la investigación” de las costumbres y tradiciones, y a las personas les ayuda a “promocionarse como músicos, difundir su música, adivinanzas y cuentos, y que ellos se escuchen”<br>- Este trabajo está marcado por una opción por los pobres: “para ponderar nuestro trabajo al lado del pueblo” |

| | |
|---|---|
| | ***DEMOCRATIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN***<br>- La participación en la emisión es una estrategia para “democratizar la palabra” ya que “el mismo oyente elabora su mensaje”, “le gusta escuchar su nombre, se alegra, se siente muy grande”<br>- Además de “actualizar el mensaje” esta participación radial le permite al oyente “compartir (complacencias, opiniones, informaciones) con su propia voz” |
| | ***PARTICIPACIÓN CIUDADANA***<br>- A través de la participación radiofónica se “fomenta la participación ciudadana”, el público “envía sus saludos y felicitaciones”, “participa en vivo y directo”, “expresa sus necesidades”, etcétera<br>- En la radio popular los oyentes “tienen mayor participación en la emisión de los programas” para “dar a conocer sus mensajes”, “mandar avisos, comunicarse con sus familiares porque no hay otro medio directo”, “para informar y denunciar infidelidad, maltrato, saqueo, corrupción<br>- Esta “comunicación con sus familias por falta de economía” que permite la participación de los oyentes en la radio hace que, a su vez, éstos “se escuchen y se hablen directamente”, les “facilita a muchos por la distancia, rapidez y timidez” ya que les ayuda “para tener coraje y no tener más miedo” |

## 3. Fuera de la emisión

Fuera de la emisión la audiencia presenta diferentes formas de participar en las emisoras de radio de la Asociación (tabla 9-3): la visitan, llaman por teléfono, asisten a festivales culturales y musicales que éstas organizan o co-auspician, campeonatos deportivos, festividades religiosas, ferias educativas, campañas sociales, concursos, cursos, conferencias y otras.

Esta participación es concebida por los emisores (radialistas y reporteros populares) para “rescatar y valorar las costumbres, tradiciones, lengua materna, música” de los diferentes pueblos y ciudades donde cumplen su labor. De la misma manera, pretenden “inducir a cosas positivas” como la conservación de la salud y el “no consumo de bebidas alcohólicas” incentivando “la práctica del deporte entre varones y mujeres”.

Así, la participación “crea un ambiente familiar entre la radio y el oyente”, el mismo que ayuda a este último a superar y “hacer perder el miedo” para decir su palabra públicamente. Por lo tanto, es una participación en el medio radio que “promueve la integración”, “la interacción de los diferentes sectores de la población”, el “intercambio de experiencias” para “mantener unida la comunidad” —sobre la base del “compromiso [social] y el entretenimiento”— en camino de su propio desarrollo. Esta tarea no sería posible si radialistas y reporteros populares no incentivaran “a los barrios y comunidades siendo partícipes de sus actividades con responsabilidad”.

**Tabla 9-3**

<table>
<tr><th colspan="2">PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA FUERA DE LA EMISIÓN</th></tr>
<tr><th>FORMAS DE PARTICIPACIÓN</th><th>INTENCIONALIDAD DE LOS EMISORES</th></tr>
<tr><td rowspan="5">- Visitas a la radio<br>- Por teléfono<br>- Festivales culturales y musicales (autóctonos, folklóricos)<br>- Festividades religiosas<br>- Campañas sociales<br>- Ferias educativas en comunidades (deportes, concursos, juegos recreativos, competencias, música)<br>- Campeonatos deportivos, carrera de bicicletas y de burros, maratón, encuentros de fútbol de salón, básquetbol, voleibol<br>- Reuniones comunales<br>- Concurso de poesía estudiantil aymará<br>- Serenatas<br>- Seminarios, conferencias, encuentros<br>- Cursos, talleres, charlas<br>- Capacitación a reporteros populares</td><td>DESARROLLO<br>- Por medio de la participación fuera de la emisión de los programas de radio se “capacita para el desarrollo” a los oyentes, se “induce a cosas positivas”, se “incentiva e impulsa la educación” y se llega a “solucionar internamente los problemas comunales”<br>- Como ya se mencionó, esta participación favorece a “superar” y “hacer perder el miedo”<br>- La participación ayuda a “valorizar a los jóvenes”</td></tr>
<tr><td>PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA<br>- “En Navidad los oyentes participan en el concurso de cantos navideños, concurso de pesebres para no perder la creatividad y originalidad de hacer las cosas”<br>- La participación fuera de la emisión ayuda a “crear un ambiente familiar entre la radio y el oyente” que produce “críticas constructivas” y repercute en “mejoras a la programación”, “alentando” a los emisores en su trabajo diario</td></tr>
<tr><td>INTEGRACIÓN<br>- La participación radiofónica por parte de las audiencias “promueve la integración” de éstas facilitando y promoviendo la “interacción de los diferentes sectores de la población”, el “intercambio de experiencias”, el “mantener unida la comunidad”<br>- Desde este punto de vista de radialistas y reporteros populares se confirma que la participación les auxilia en su afán de “integrar(nos) a la comunidad”, “confraternizar” sobre la base de “compromiso, entretenimiento”<br>- Justamente la participación “integra las provincias con la música” permitiendo la realización de “actividades masivas y grupales”</td></tr>
<tr><td>IDENTIDAD CULTURAL<br>- Es importante destacar que la participación fuera de la emisión es concebida por los emisores para “fomentar y mantener las culturas tradicionales de nuestros ancestros”, “rescatar y valorar las costumbres, tradiciones, lengua materna, música” “para recuperar nuestra cultura” y, de este modo, “dar a conocer las historias y las tradiciones culturales”<br>- “Que participen con su música e instrumentos, especialmente los comunarios, y así incentivar la cultura y costumbres”</td></tr>
<tr><td>PARTICIPACIÓN CIUDADANA<br>- Radialistas y reporteros populares “incentivan a los barrios y comunidades siendo partícipes de sus actividades con responsabilidad y compromiso”; y, por otra parte, los “niños y los jóvenes quieren participar y queremos que participen”</td></tr>
</table>

| | |
|---|---|
| | ***DEPORTE***<br>- Asimismo, la participación en el medio radio permite "mantener e incentivar la práctica del deporte en las distintas disciplinas" ("fomentar y motivar la actividad deportiva") "entre varones y mujeres"; por lo tanto, "ayuda a la conservación de la salud" y el "no consumo de bebidas alcohólicas" |

## C. LA PARTICIPACIÓN RADIAL DE LA AUDIENCIA DESDE LA AUDIENCIA

En este objetivo se le preguntó a la audiencia de las radioemisoras afiliadas a ERBOL —por medio de la encuesta— su participación en éstas y las formas de efectuarla.

### 1. Participación radiofónica

De las personas que escuchan las radioemisoras afiliadas a ERBOL, más de la mitad no participó en éstas en el último año (55,2%) y cuatro de cada diez sí lo hizo (44,8%).

Entre los que participan, cinco de cada diez son varones (55,3%) y cuatro son mujeres (44,7%). Una cuarta parte está entre los 18 y 22 años de edad (25,1%), más de un tercio entre los 23 y 40 (33,2%) y cuatro de cada diez tienen de 41 a más años (41,7%). De los que no participan en la radio, más de la mitad son mujeres (55,7%) y cuatro, varones (44,3%). Uno de dada diez se sitúa entre los 18 y 22 años (13,9%), la mitad entre los 23 y 40 (50%) y más de una tercera parte poseen 41 o más años de edad (36,1%).

### 2. Formas de participación radiofónica

Al igual que en el anterior aspecto a investigar, aquí también se empleó la encuesta. De la totalidad de sujetos que escuchan las radios populares de ERBOL la mitad señaló que fue personalmente a la radio (49,5%), dos de cada diez personas consultadas mandaron cartas (19,6%) y en una cantidad similar fueron entrevistados por la radio (19,1%), uno de cada diez llamó por teléfono (7,2%) y en porcentaje inferior participaron cuando la emisora visitó su barrio (4,6%). Véase la figura 5-8.

Cinco de cada diez mujeres han ido a la radio (54,1%) y dos han mandado carta (17,6%). De los varones, 4 de cada diez fueron a la radio de ERBOL (45,9%) y dos mandaron al menos una carta (21,1%). Seis de cada diez de 18 a 22 años (58%), cinco de la misma cantidad de 41 a más años (47,5%)

y cuatro entre 23 y 40 años (45,3%) han ido a la radio. Por otro lado, dos de cada diez de los de 18 a 22 años (22%) y en similar proporción los de 23 a 40 años (18,8%) mandaron carta a la radio, mientras que una cuarta parte de los de 41 y más años han sido entrevistados por la radio.

# Capítulo X

## Retos de radialistas y reporteros populares

Se piensa usualmente, que luego del proceso de profundas transformaciones que acompañó a la Revolución de 1952 —reforma agraria, voto universal, nacionalización de las minas, reforma educativa— la "cuestión ciudadana" estaba resuelta al interior de la cuestión nacional. Sin embargo, mientras más pasa el tiempo, más constatamos la necesidad de abordar el tema de manera particular y directa, reconociendo que el tema de ciudadanía es una de las asignaturas pendientes de la agenda política de Bolivia.

***Universidad Andina Simón Bolívar (Respecto del Módulo Ciudadanía del Seminario Taller Preparatorio Dialogo nacional 2000)***

## A. EJES DE TRABAJO DE RADIALISTAS Y REPORTEROS POPULARES EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA Y LA CIUDADANÍA

Para el adecuado procesamiento de la *Encuesta de Percepción Laboral con relación a la Misión de la Radio Popular como Instancia de Mediación Gestora de Ciudadanías/1999* aplicada entre los y las radialistas y reporteros populares que trabajan en radioemisoras populares afiliadas a la Asociación ERBOL.

y Se identifico ciertos ejes-guía en el análisis de esta Encuesta, a saber: información y opinión participación radiofónica, producción y programación radiofónica, Participación Popular y ciudadana, ciudadanía, y comunicación educativa para el desarrollo.

### 1. Información y opinión: “difundir la información realmente necesaria para la población para la toma de conciencia”

En el área de los retos y tareas que los emisores (radialistas y reporteros populares) se plantean para su trabajo en el campo de la ciudadanía, la información se presenta como un elemento fundamental para crear opinión y, así, poder participar “con voz y voto” en la toma de decisiones que afectan a la gente en su propio desarrollo.

Sin embargo, para cumplir ese cometido la información debe ser de calidad en su forma y contenido. Para ello los emisores recomiendan cubrir y difundir noticias de forma clara, veraz y profunda en y desde el ámbito local (comunidad, municipio), regional, nacional e internacional. En el ámbito local, se enfatiza la cobertura a problemas y necesidades de la población, especialmente de los sectores populares —entre los que destacan los campesinos y los urbano-populares. Asimismo, la información sobre derechos y deberes, participación ciudadana y leyes actuales es muy ponderada.

Para ello recomiendan utilizar diversos tipos de periodismo, formatos y recursos radiofónicos —por ejemplo, la entrevista y el reportaje que fueron muy valorados— y dar seguimiento a las noticias, lo cual influirá en la formación de opinión pública y la planificación de la incidencia en la agenda pública comunal, cantonal, departamental y nacional. Por otra parte, se recomienda opinar públicamente “cuando sea necesario” y ampliar la capacidad de escucha a la ciudadanía.

En líneas generales, estos son los retos y tareas que mencionan para el cumplimiento de su rol como emisores, lo cual está directamente relacionado con la aplicación práctica que harán en su trabajo diario de los conocimientos que poseen en el campo de la comunicación radiofónica y la ciudadanía. La producción de noticias —recalcan— debe partir de un sólido conocimiento de la agenda pública.

Respecto a las temáticas que sugieren para tratar en programas radiofónicos en el campo de la ciudadanía encontramos las de la coyuntura actual. Los tópicos de capacitación que les interesa profundizar en el mismo campo se encuentran relacionados con el adecuado manejo de políticas informativas para la formación de la opinión pública y el manejo de los temas que ya están dentro de la agenda pública.

La información tiene vinculación con la socialización, concebida ésta como la transmisión de nuevos conocimientos a la “comunidad” (campo y ciudad), a los compañeros de trabajo y a la familia. Precisamente se pretende comentar, explicar, orientar, profundizar, “concientizar”, “hacer entender” y despertar en las personas la necesidad de conocer el tema de la ciudadanía de forma masiva —a través de programas radiales nuevos y existentes— y en eventos presenciales: asambleas, reuniones grupales, etcétera. Luego de compartir estos conocimientos los emisores destacan que pondrán en práctica “todo lo que tengo de conocimiento y sabiduría”.

## 2. Participación radiofónica: “dar la palabra a quienes hasta el momento no la tienen”

Los retos y tareas que se esbozaron en este eje-guía son no sólo “dar la palabra” fundamentalmente a los que “no la tienen” para que puedan expresar libremente su opinión, sino también incentivar y motivar la participación de la audiencia del campo y de la ciudad como un derecho y como un mecanismo para hacer efectivo su “ser de ciudadanos”.

Esta labor se la puede efectuar en la práctica laboral —como ellos y ellas acertadamente señalan— mediante la elaboración de programas más participativos y el empleo de diferentes formatos como los sondeos, mesas redondas, debates, paneles y otros. También es importante que los programas ya existentes permitan mayor participación de los oyentes y reporteros populares. Por otra parte, se valoró la participación de la ciudadanía en la realización y difusión de noticias.

A propósito de los temas en los cuales quisieran capacitarse mencionaron su deseo de aprender “métodos para ampliar la participación del pueblo en los programas” y la producción de programas participativos para jóvenes.

### 3. Producción y programación radiofónica: “que el pueblo sienta la radio como suya”

Dentro de los retos y tareas de este punto los emisores realzan el papel de la planificación y evaluación de la programación y de la producción basándose en una adecuada organización interna entre el personal para cumplir sus objetivos. Igualmente, ligan la producción al manejo eficiente de diversos formatos que permitan la participación activa del “pueblo”. Los formatos mencionados son los reportajes, noticias, opiniones, revistas, sociodramas, entrevistas, sondeos, mesas redondas, debates, cuñas, jingles, paneles, encuestas. Así, la elaboración de programas radiales está ligada a la participación, información, orientación, incentivo y educación de la gente del área urbana y rural. Es apreciado de sobre manera el papel de la información en la gestación de ciudadanías responsables.

Esta producción de programas de calidad se la efectúa —según acertadamente manifiestan— desde una doble perspectiva: comunicacional (como emisor) y ciudadana (como ciudadano). No obstante, este afán para el medio masivo radio no está desvinculado de los encuentros presenciales que complementan la labor. Es más, radialistas y reporteros populares invitan a que el enfoque ciudadano se constituya en transversal de la programación.

En esta línea recomiendan tratar en los programas, de manera clara y precisa, cuestiones como los derechos y deberes ciudadanos, identidad cultural, leyes actuales —especialmente la Constitución Política del Estado—, ejercicio ciudadano y otros.

En este acápite la capacitación debe enfocarse, de acuerdo a los emisores, a modelos de comunicación ciudadana que desplieguen “nuevos” formatos radiales en el marco del rol educativo de la radio popular y de la competencia de la televisión. Esto no se logrará sin una evaluación y re-diseño de la programación con miras a fortalecer estos medios con orientación ciudadana.

## 4. Participación Popular y ciudadana: “queremos ver la participación de los ciudadanos”

Para los emisores, su participación se corresponde con la de los receptores en busca de causas comunes a partir de la defensa del derecho a la comunicación, la lucha en contra de la corrupción y la defensa de los Derechos Humanos: “denunciar todo acto que dañe a la sociedad”. De esta suerte, los municipios —dicen— están unidos desde la participación activa de sus ciudadanos.

Radialistas y reporteros populares se proponen forjar la participación de la gente del campo y la ciudad, ya sea de manera masiva (radio) o por medio de su intervención presencial en los eventos de la comunidad, de las organizaciones sociales y del municipio en general.

En esta dirección, una de sus tareas más apremiantes es la orientación sobre participación ciudadana a las “bases” promoviendo, en primera instancia, el ejercicio consciente del voto en las Elecciones Generales y Municipales, a través de la realización de reuniones grupales, talleres, ferias barriales. Esto permitirá desplegar más canales de comunicación “directa” con el público de la emisora para “la formación de su participación y conciencia crítica”.

Del mismo modo, se establece la labor de control social desde el medio radio: “controlando el cumplimiento de las leyes”, “denunciando los problemas y malos manejos que hay en el municipio” y debatiendo públicamente las problemáticas sociales de los municipios, entre las que destacan la drogadicción, alcoholismo, aborto, delincuencia juvenil, violencia familiar, maltrato a la niñez, discriminación, contaminación del medio ambiente, ecología, marginamiento, Derechos Humanos, machismo, salud, organización sindical, equidad de género, etcétera.

Estos son precisamente los temas aconsejados para ser tratados en próximos programas de radio, al igual que la preparación de proyectos vecinales, las leyes actuales como la de Participación Popular, los mecanismos de participación y control ciudadanos en las alcaldías. Igualmente, la “objetividad, sentido, responsabilidad, importancia y criterios para el sufragio responsable en las elecciones”.

Para cumplir con todo esto, los emisores solicitan capacitación en los siguientes asuntos: participación ciudadana en el desarrollo municipal:

conceptos, mecanismos, importancia, ejercicio permanente, efectividad; instrumentos de planificación participativa: Plan Operativo Anual, Plan de Desarrollo Municipal y otros; evaluación y retos de la Participación Popular en los municipios; vías de fiscalización permanente en las alcaldías: “cómo podemos exigir al gobierno de turno o al gobierno municipal”; la Ley 1551 de Participación Popular y los fondos económicos que maneja cada municipio; el poder local; mancomunidad entre alcaldías; análisis de las problemáticas sociales de los diferentes municipios; participación de la mujer en el desarrollo municipal; Derechos Humanos, derechos indígenas y derechos de la ciudadanía en general; intervención en cargos públicos.

### 5. Ciudadanía: “quiero completarme como ejemplo de aquí en adelante para que seamos despiertos y partícipes”

La mayor parte de los radialistas y reporteros populares se proponen profundizar el conocimiento del tema de la ciudadanía, ya sea con programas radiofónicos entre su audiencia o “directamente en las comunidades”. Nos declaran que es valioso sensibilizar sobre el rol ciudadano y el respeto a los otros como seres humanos iguales a nosotros. Para ello se proponen una defensa del derecho a la identidad cultural, “a la cultura propia y a la vida”. Su papel asumido como “promotores”, “orientadores”, “concientizadores” e “impulsores” para que exista una “verdadera ciudadanía” está ligado a la transmisión de mensajes —primordialmente entre las “personas que no tienen alcances”, a los más populares”— sobre las leyes de actualidad y los derechos y deberes de los ciudadanos bolivianos.

En esta peculiar forma de trabajo, ellos y ellas se proyectan el desafío de ser ciudadanos ejemplares: informarse y formarse, incidir en la población, “ser un ejemplo en la comunidad y en la radio”, “ser honesto”, “servir como ciudadano de una manera consciente”. Complementando esta elección sale a relucir la responsabilidad y el compromiso social del emisor “poniendo en práctica en mi vida personal primero”: “trabajando en bien para la opinión pública”, “cumplir y ser responsable con la opinión”, “velar los derechos de su municipio”, y en el campo informativo “investigar bien los hechos suscitados, hacer el seguimiento de la noticia”.

En esta práctica de la ciudadanía “popular” mediante la radio se mencionan varios temas que pueden ser objeto de reflexión en futuros programas: “derechos y deberes y en qué consiste la ciudadanía, cómo vivir como ciudadano”; Declaración Universal de los Derechos Humanos; leyes

nacionales actuales que amparan los derechos del ciudadano, particularmente los de los campesinos: Constitución Política del Estado, Participación Popular, Reforma Educativa, INRA, Partidos Políticos, Aguas, Medio Ambiente, etcétera; el problema de la carencia de justicia igualitaria en el país; derechos de la niñez; problemas sociales y económicos locales; "valores humanos, morales y cívicos" "como la solidaridad", "los valores cristianos".

Para ello, los radialistas y reporteros populares pretenden la profundización en la temática, promoción y ejercicio de la ciudadanía, con tratamiento preferencial de los derechos y deberes ciudadanos, predominante aunque no exclusivamente de las mujeres, niños, jóvenes y personas de la tercera edad: "cómo hacer cumplir los derechos de la ciudadanía y cómo cumplir con las obligaciones, cuándo y por qué". Estos emisores proclaman una ciudadanía enfocada en el desarrollo humano sostenible a partir del cultivo de valores morales y principios cristianos.

Por otra parte, desean el conocimiento, interpretación y debate de las leyes actuales que afectan su propio desarrollo, su labor periodística y el manejo de los municipios donde viven. Indican también, entre otros temas en los cuales les interesaría capacitarse, los Derechos Humanos; el funcionamiento de la Defensoría del Pueblo y de la Asamblea Permanente de Derechos Humanos; valores morales y cívicos en la construcción de la ciudadanía local, regional y nacional y "del futuro": "dignidad, respeto a las personas por autoridades"; los conflictos sociales de cada localidad. En suma, ciudadanía, democracia y comunicación radiofónica en apoyo a la gestación de ciudadanías responsables: "ciudadanía popular mediante una radio popular".

## 6. Comunicación educativa para el desarrollo: "estar con ellos en sus objetivos, logros e inclusive en sus frustraciones"

Los emisores entienden que la formación de ciudadanía es un proceso gradual que está relacionado con el desarrollo del país "desde las bases", en este sentido —manifiestan— se debe "capacitar para el buen ejercicio de la ciudadanía", "orientar a la gente". Para cumplir con esta intención el emisor debe —de acuerdo con la opinión de radialistas y reporteros— formarse permanentemente, "saber cómo hacer las cosas con calidad", para "concientizar, educar con conocimiento a la audiencia" y "así sobresalir más con mi trabajo".

En estas acciones prevalece un “trabajo para el pueblo” con una evidente opción por los pobres: “estar siempre en defensa de los menos protegidos”, “trabajar para el bien de la clase popular, de las comunidades campesinas”, “poner en práctica ser comunicadores populares con la clase proletaria campesina explotada”. Esto marca en la labor comunicacional —tanto masiva como presencial (cara a cara)— una serie de prácticas de diálogo y participación entre emisores y receptores en la búsqueda de una meta común: “caminar junto a los grupos organizados”, “involucrarnos en las problemáticas como ciudadanas” para “transformar” las estructuras injustas y desiguales de la sociedad y alcanzar así un desarrollo humano sostenible para todos.

Es interesante ver como cada vez más los emisores consideran como tareas permanentes la planificación, seguimiento, evaluación y re-diseño de sus actividades, con la incorporación de los receptores en esos cometidos y con el manejo de la investigación participativa como herramienta para el control social (“investigar las noticias locales, sobre el manejo de Participación Popular”), el diagnóstico de los problemas y demandas de los municipios, el conocimiento y la aproximación a los oyentes “para mejorar el programa y a través del programa mejorar la calidad de vida”.

Esta comunicación con la audiencia del campo y la ciudad se verá facilitada por el uso de diferentes formatos radiofónicos como las encuestas, charlas, reportajes y otros que permitirán “estar más con la gente y pedir a ellos sus críticas, sugerencias, gustos para ir mejorando cada vez”, es decir, “dialogar con las personas para sacar un mejor resultado”.

Asimismo, se pondera la dimensión afectiva en el trabajo, vale decir, la amabilidad, responsabilidad, orientación e incentivo a los beneficiarios de sus acciones: “llegar con voluntad y amistad”, “trabajar con cariño en las comunidades con todos”, “queremos trabajar con más voluntad y capacidad”, “con mayor interés”. Justamente de este modo podrán lograr no sólo que “el pueblo crea en la radio”, sino también “crear más audiencia”.

A propósito de los programas radiales, los emisores apuntan que éstos “deben contener temas educativos y deben ser entretenidos, con información de calidad, donde, además, se sugiera, se oriente, se explique y se opine”.

En concordancia con lo indicado, ellos y ellas solicitan capacitación en técnicas de investigación (por ejemplo, la encuesta) para “acercarse” a la

audiencia y saber y entender más a fondo sus problemas y necesidades; técnicas de planificación y evaluación; además de la ampliación de los temas de ciudadanía, las relaciones entre la comunicación y la política y el análisis de la situación actual en Bolivia: “la pobreza de valores, personalidad, cultura y lo económico, todo esto con relaciones internas y externas del país”. La metodología de capacitación debe estar apoyada por la utilización de materiales educativos impresos (folletos, cartillas, manuales) y con “más participación de trabajo en grupo y exponer”.

# Epílogo

Comenzamos a llegar al final de este transitar de palabras. Hay que agradecerle al lenguaje las facilidades otorgadas para este encuentro, pero sobre todo, a la percepción abierta. Sin ella no valen riqueza simbólica, ni excelencia estratégica.

Antes de cerrar este capítulo, una especie de invocación a esos deseos que salen y se expresan justo antes de despedirse del puerto de origen y embarcarse mar adentro: que la revisión de nuestras propias prácticas nos ayude a ir conformando paradigmas y cuerpos teóricos orientadores, que nos lleven a ganar lucidez estratégica pero también oportunidad y eficiencia operativa, para continuar navegando en la diversidad oceánica, con sol preclaro y noches de presagio, con tormentas o sin ellas, con la pujante fantasía de la aventura pero también con la sabiduría ganada en la experiencia del delirio. Cuerpos teóricos y paradigmas que también nos lleven a asumir el querer de la voluntad ciudadana en el marco de nuestras reales limitaciones, pues parafraseando al Eclesiastés, todo tiene límites, lo demás es vanidad.

***Luis Ocarranza y Roberto Antillón***

### A. A MANERA DE CONCLUSIONES

En un país como Bolivia, con sólo 19 años de vida democrática, la labor de *construcción de ciudadanía* —o de "ciudadanías" como se las entiende en este libro por su conformación multiétnica y pluricultural— es primordial para la consolidación de un régimen de libertad personal y justicia social, fundado en el respeto y el ejercicio pleno de los derechos, libertades y garantías reconocidas por la CPE.

En el país se hace dificultosa la creación de las condiciones que permitan gozar de este ejercicio pleno porque los individuos aún no han llegado a conocer, comprender, interpretar y, mucho menos, a asumir el estado de Derecho en el que ahora viven, y que les otorga plena libertad y justicia. La violación sistemática de los derechos humanos y la completa anulación de las garantías constitucionales en los regímenes dictatoriales impidieron ejercer la ciudadanía y, en medio de un clima de temor y represión, plasmaron una conciencia de injusticia e inequidad que a los bolivianos les cuesta dejar atrás.

Gestar ciudadanía es, por lo tanto, asumir un compromiso social y político por la transformación gradual de esa situación en busca de una vida digna para todos. Es ejercer, mantener y estimular la *cultura política* de que todos los seres humanos son libres e iguales ante la ley, y tienen que llevar a la práctica —de forma cabal y comprometida— los mismos derechos y obligaciones, sin distinciones de raza, sexo, nivel socioeconómico, creencia religiosa, ni ninguna otra. Los derechos de cada persona están limitados únicamente por los derechos de los demás y por las justas exigencias del bien común.

Además, construir ciudadanía es favorecer la participación activa de la gente en la edificación y transformación de la sociedad en la que viven conforme a sus necesidades e intereses. Lo anterior implica la conducción a un entorno democrático favorable en el cual las personas, tanto individual como colectivamente, puedan ampliar y desarrollar sus capacidades. De este modo, se amplían sus opciones y oportunidades para acceder a mejores condiciones de vida, donde ellos son los principales protagonistas y beneficiarios.

Hoy es imposible pensar en la formación de esa *cultura política ciudadana* al margen de los medios masivos de comunicación, más aún cuando se constata que ni las instituciones gubernamentales ni los partidos políticos

han asumido esa obligación. En esa tarea de formación se encuentran, al igual que otros medios e instituciones, las *radios populares* porque desde su razón de ser asumen —junto, desde y a partir de los sectores populares— un compromiso por la *democratización de la comunicación y de la sociedad*. En el presente estudio, éste se lo vio plasmado en los ámbitos comunicativos que despliegan en su labor cotidiana, tal como se especifica a continuación para el caso de las radioemisoras asociadas a la Asociación ERBOL:

***a)*** El *discurso radiofónico* de las radioemisoras afiliadas a la Asociación ERBOL se estructura especialmente sobre la base del género periodístico, que refleja la actualidad informativa local —tanto urbana (ciudades intermedias) como rural (comunidades aymaras y quechuas)— a partir de una perspectiva de búsqueda de mejoramiento integral de la calidad de vida.

***b)*** La *oferta informativa noticiosa* de estas radios populares se estructura —con la participación de diversos actores sociales e institucionales, fuentes de información y líderes de opinión del municipio— en torno a enfoques que promueven el ejercicio ciudadano: cumplimiento y respeto de las leyes, defensa de los Derechos Humanos, lucha contra la corrupción, promoción del desarrollo humano y protección y conservación del medio ambiente. Directamente relacionada con esta oferta encontramos su estrategia comunicacional que se manifiesta en una clara intención de incidencia en la opinión pública y se concreta en un *periodismo democrático y ciudadano* caracterizado por "dar a conocer el hecho o conflicto" de manera primicial con objetividad (imparcialidad, veracidad, claridad), "buscar la contraparte", ser fiscalizador (control social) y sensibilizador, promover el diálogo y "ayudar en la solución del conflicto".

***c)*** Como una de las manifestaciones de la participación ciudadana hallamos la *participación radiofónica*, que desde la óptica de los emisores (radialistas y reporteros populares) pretende en primera instancia fortalecer la democratización de la comunicación y, por lo tanto, la palabra pública —como mecanismo de ejercicio de la ciudadanía y como justo derecho ciudadano— permitiendo que los oyentes elaboren su mensaje,

"se expresen como emisor", lo difundan perdiendo el miedo "con su propia voz" y, al escucharlo masivamente, "se sientan muy grandes". A través de la participación los ciudadanos y ciudadanas informan y denuncian, se escuchan y se hablan directamente en busca de un entendimiento que les permita construir una sociedad más democrática.

***d)*** Es contundente la participación que generan y permiten estas radios entre sus audiencias (45%), las mismas que les asignan una utilidad práctica (difusión de mensajes) y simbólica (manifestación de sentimientos) expresada por medio de visitas a la radio (49,5%) y el envío de cartas (19,6%), especialmente.

***e)*** Los oyentes de las radios de ERBOL les asignan a éstas una utilidad primordialmente informativa (73%) que les favorece en el ejercicio de su ciudadanía llevándolos a movilizarse, organizarse, fiscalizar —también por medio de estas radios (9,7%)—, debatir públicamente, fortalecer sus instituciones y apoyar a sus autoridades con una clara visión de equidad de género, desarrollo humano y valoración de la identidad cultural. Este hecho se refuerza a partir de la audiencia masiva (87,9%) que estas radios logran en el área urbana de los municipios donde funcionan.

***f)*** En su trabajo de *comunicación ciudadana* los radialistas y reporteros populares de las emisoras de ERBOL valoran una serie de ámbitos comunicativos complementarios entre los que resaltan la información-opinión, la participación radial del público y la producción radiofónica en un marco de comunicación educativa para el desarrollo. Para estos emisores, la *información* "de calidad" —en su forma y contenido— es un elemento fundamental para crear opinión y, así, poder participar "con voz y voto" en la conformación de esferas públicas (intereses, espacios e imágenes comunes) y en la gestación de compromisos conciudadanos. Por otra parte, la *participación radial* consiste no sólo en "dar la palabra a los que no la tienen" —especialmente los sectores populares a los que se deben— para que puedan expresar libremente su opinión, sino también en incentivar y motivar la participación como un derecho y mecanismo para hacer efectivo su "ser de ciudadanos". Finalmente, se debe trabajar hacia la *producción*

planificada de programas —con la utilización de diversos géneros, formatos y recursos radiales— que faciliten y promuevan la participación activa y comprometida de la ciudadanía en la toma de decisiones que afectan su propio desarrollo.

De este modo, establecemos que el rol mediador de las radioemisoras populares —constituido por su discurso radiofónico, oferta informativa noticiosa, incidencia en la opinión pública y la participación radial de los oyentes— contribuye a que éstas se potencien como espacios públicos gestores de ciudadanías en ámbitos locales.

## B. RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones de este trabajo de investigación planteamos una serie de recomendaciones para las radios populares afiliadas a la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL). No obstante, las características de estas emisoras son probablemente semejantes a las de otras radios populares, comunitarias y educativas de Bolivia y América Latina.

***a)*** Abordar la *actualidad informativa local* estableciendo “puentes” de relación y articulación con el panorama informativo regional, nacional e internacional. Estos “puentes” permitirán a los oyentes relacionar y comparar hechos de interés público para establecer líneas de acción tomando en cuenta otras realidades que pueden brindar parámetros para tomar decisiones en su vida cotidiana. En definitiva, estas radios deben tomar conciencia de su capacidad potencial de incidencia en la agenda pública y su importancia fundamental en la generación de procesos de desarrollo local desde el ámbito comunicativo. Esto es posible cuando empezamos a reflexionar con Rosa María Alfaro (1999e:186) en la posibilidad de plasmar desde la información una cultura política democrática y ciudadana que tenga posibilidad de influencia en los centros de poder.

***b)*** Este enfoque en la radio popular responde a la necesidad de planificar y evaluar el trabajo periodístico sistemáticamente. Para ello, es fundamental el diseño periódico de una *agenda informativa* —sobre la base de una política más amplia— que responda en primera instancia al panorama informativo local,

pero que de la misma manera tome en cuenta aspectos regionales, nacionales e internacionales. Si bien las noticias de interés colectivo son el fundamento en la construcción de estas agendas, también se deben tomar en cuenta las noticias de interés sobre asuntos privados, de utilidad para la vida diaria y las de interés reducido a las que los oyentes les asignan diversas utilidades. Sin embargo, recordemos que las de interés público son aquéllas que necesariamente requieren orientación y seguimiento —y la mayoría de las veces la opinión editorial del medio de comunicación para impulsar o refutar diversas corrientes— ya que inician procesos de formación de opinión pública. Por otro lado, la *incidencia en la opinión pública* se verá fortalecida por las relaciones interinstitucionales que se promuevan permanentemente en la cobertura de las noticias, ya que de este modo la radio podrá "validar" su labor desde las instancias organizadas de la sociedad civil.

***c)*** Respecto a la *evaluación de la labor periodística* se sugiere involucrar activamente a la audiencia por medio del uso de técnicas de investigación cuantitativas (por ejemplo, la encuesta) y cualitativas (como los debates de audiencia propuestos por María Cristina Mata, 1996). De la misma manera, no podemos dejar de lado el acercamiento a los radialistas y reporteros populares a través de los debates grupales que ayuden, por ejemplo, a pensar y re-diseñar la programación de acuerdo con los resultados del estudio de las audiencias, al mismo tiempo que capaciten al personal. Especialmente hay que establecer una serie de estrategias de acercamiento a los reporteros populares, cuyo trabajo voluntario (no remunerado) no se desenvuelve en las instalaciones de la radio, sino en sus respectivas comunidades. Este aspecto hace que erradamente algunas veces no se los considere como integrantes del equipo de la radio.

***d)*** Inclusive la participación de los oyentes en la radio —concebida como un "puente articulador" que facilita la democratización de la comunicación— en la producción, durante y fuera de la emisión, debe ser planificada y evaluada basándose en objetivos concretos que respondan a las expectativas de la población y a la misión del medio de comunicación en la sociedad. De este modo, las radios populares se van

constituyendo en verdaderos espacios públicos donde se construyen consensos sociales, se influye en las decisiones colectivas en torno a causas justas y nobles, donde se edifica lo público (algo común que me liga a los otros) con y desde las personas.

***e)*** Diversificar la oferta comunicativa de las radios populares a través del uso de diversos géneros, formatos y recursos radiales, especialmente de los subgéneros periodísticos interpretativo e investigativo —descuidados en las radios populares—, con una mayor utilización de los formatos de discusión pública (mesa redonda, debate, panel), reportajes, entrevistas de fondo, notas ampliadas o contextualizadas, documentadas e ilustradas y otros. En la línea de José Ignacio López Vigil (1997:249-250) cuando menciona que para ampliar una noticia —en el campo del periodismo interpretativo— se debe situar geográfica o históricamente los hechos, relacionar un hecho con otros, revelar otras causas, complementar la información y prever las consecuencias de los hechos. Así, el emisor-intérprete está dando elementos de juicio para que el oyente saque sus propias conclusiones.

***f)*** Y directamente ligada a la diversificación de la producción, hallamos el diseño y ejecución de *procesos sistemáticos de capacitación* tendientes a la profesionalización que permitan al personal de la radio —tanto radialistas como reporteros populares— cualificar su trabajo. Asimismo, se deben mejorar las condiciones materiales de producción de estas radios (por ejemplo, equipos, potencia, etc.), porque de nada sirve tener personal formado sin los instrumentos necesarios para que puedan realizar un trabajo de calidad.

***g)*** Por todo lo que hemos mencionado, no podemos dejar de resaltar el rol protagónico que juega la radio popular en la *generación de procesos educativos* en los sectores más necesitados y en la población en general (audiencias mixtas que consumen masivamente el medio). El eje de estas prácticas comunicacionales cobra sentido en la comunicación educativa con perspectiva ciudadana que, de acuerdo con la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER, 1996:64-65), se expresa en las relaciones horizontales que permiten un

verdadero diálogo y participación entre interlocutores protagónicos, el respeto de la pluralidad de opiniones, la integralidad del sujeto social y la estimulación del razonamiento, el análisis, la polémica, la argumentación y el debate como mecanismos de aprendizaje capaces de gestar ciudadanías.

***h)*** Finalmente, la importancia de la investigación científica y social en todos estos procesos es crucial en la medida que nos permitirá conocer a nuestros públicos en sus múltiples dimensiones de consumo de los discursos radiofónicos, pero también en sus expectativas sobre los medios de comunicación que requieren para fortalecer el ejercicio cotidiano de su ciudadanía. Mucho nos queda por hacer para acercarnos a la cotidianidad de esas personas a las que llamamos audiencias y que muchas veces sólo las concebimos con parámetros estadísticos, sin pensar que detrás de cada una de ellas hay un mundo lleno de esperanzas y sentidos que aprender.

# Fuentes

## A. Radio popular y construcción de ciudadanía


Acción cultural loyola (aclo)
1991 *Manual del reportero popular*, Sucre, aclo, pp. 34.

Alfaro, Rosa María
1988 "Participación... ¿Para qué? Un enfoque político de la participación en la comunicación popular", *Dia-logos de la Comunicación*, No.22, noviembre de 1988, pp. 59-78.
1993 *Una comunicación para otro desarrollo. Para el diálogo entre el norte y el sur*, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 131.
1995 "Descifrando paradojas ciudadanas: una mirada cultural a la política" en aa.vv., *Los medios, nuevas plazas para la democracia*, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 109-131.
1996 "Lo masivo radial en la mediación de la Palabra Nueva" en Estévez, Argelia, Ruqüoy, Pedro y Villamán, Marco, *En sintonía con la Buena Nueva*, 1.ª ed., Quito, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (aler), pp. 72-77.
1997 "Prólogo. Un camino recorrido" en aa.vv., *Escenografías para el diálogo*, 1.ª ed., Lima, Consejo de Educación de Adultos de América Latina (ceaal) y Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 7-14.
1998 *Ciudadanos de la ciudad: cambios e incertidumbres comunicativas*, impreso (por atención de la autora), pp. 21.
1999a *Comunicación. Ciudadanía. Espacio local*, 1.ª ed., Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Centro Nueva Tierra para la Promoción Social y Pastoral, pp. 61.
1999b *Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de la redefiniciones*, conferencia magistral presentada en el Seminario Internacional y Asamblea Regional *Construyendo Ciudadanía, Equidad y Paz: Retos de la Comunicación de Cara al 2000*, Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (wacc), Lima, 10 al 13 de noviembre, pp. 9.
1999c "Ser ciudadanos hoy: una tarea compleja pero posible", *Arandú*, No.41, septiembre-diciembre de 1999, pp. 14-15.
1999d "Prólogo" en Alfaro, Rosa María (compiladora), *La radio ciudadana del futuro*, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Consejo de Educación de Adultos de América Latina (ceaal), pp. 9-11.
1999e "Conclusiones y recomendaciones" en Alfaro, Rosa María (compiladora), *La radio ciudadana del futuro*, 1.ª ed., Lima,

Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL), pp. 181-190.
1999f "¿La radio en crisis? ¿Ciudadanía sin palabra sonora?" en ALFARO, Rosa María (compiladora), *La radio ciudadana del futuro*, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL), pp. 17-35.

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA (ALER)
1996 *Un nuevo horizonte teórico para la radio popular en América Latina*, 1.ª ed., Quito, ALER, pp. 79.
1997 "La nueva radio popular del futuro trabajará en red", conclusiones de una mesa de trabajo de la X Asamblea General de ALER, Quito, 18-24 de septiembre de 1997, pp. 6.

ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS (AMARC)
1997 *Carta de las radios comunitarias y ciudadanas*, Quito, AMARC, pp. 7.

BARREZUETA BARZOLA, Lourdes
1999 "Una radio ciudadana en camino: la radio educativa y comunitaria en Latinoamérica" en ALFARO, Rosa María (compiladora), *La radio ciudadana del futuro*, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL), pp. 97-106.

CALDERÓN, Fernando, HOPENHAYN, Martín y OTTONE, Ernesto
1996 *Esa esquiva modernidad. Desarrollo, ciudadanía y cultura en América latina y el Caribe*, 1.ª ed., Caracas, UNESCO, Nueva Sociedad, pp. 112.

CAMACHO, Carlos
1998 *Producción radiofónica con perspectiva ciudadana*, 1.ª ed., La Paz, ERBOL, pp. 46.

CAMACHO, Carlos, DÁVILA, Edgar y ZEBALLOS, René
2000 *Comunicación masiva: de la audiencia a la competencia*, 1ª. ed., La Paz, UCB-ERBOL, pp. 104.

CORTINA, Adela
1997 *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*, Madrid, Alianza Editorial, pp. 265.

CONTRERAS BASPINEIRO, Adalid
1993 "Medios múltiples/pocas voces III. Situación de la radiodifusión", *Unitas*, No.10, pp. 93-106.
1999 *Vuela, que no te corten las alas: por la palabra sin discriminación ni censuras*, 1.ª ed., Quito, Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (OCLACC), pp. 95.
2000 *Imágenes e imaginarios de la comunicación-desarrollo*, 1.ª ed., Quito, CIESPAL, pp. 114.

DÍAZ BORDENAVE, Juan E.
1995 "Democratización de la comunicación: teoría y práctica" en Cuadernos de Chasqui, No.18, Quito, CIESPAL, pp. 40.

HERMOSILLA, María Elena

1995 “La educación que viene de los medios: el aporte de los estudios de recepción” en AA.VV., *Los medios, nuevas plazas para la democracia*, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 179-186.

GARCÍA CANCLINI, Néstor

1995 *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, 1.ª ed., México DF., Grijalbo, pp. 198.

1999 *La globalización imaginada*, 1.ª ed., México DF., Paidós, pp. 238.

GARRETÓN, Manuel Antonio

1995 “Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general” en AA.VV., *Los medios, nuevas plazas para la democracia*, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 97-108.

GUTIÉRREZ, Hernán, GEERTS, Andrés y MACASSI, Sandro

1994 *Módulos de capacitación para informativos*, 2.ª ed., Quito, ALER, pp. 38.

1997 *Cómo incidir en la opinión pública*, 1.ª ed., Quito, ALER, pp. 175.

KAPLÚN, Mario

1978 *Producción de programas de radio. El guión – la realización*, 1.ª ed., Quito, CIESPAL, pp. 460.

LALINDE, Ana María

1999 “Radio informativa y participación ciudadana” en ALFARO, Rosa María (compiladora), *La radio ciudadana del futuro*, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL), pp. 79-94.

LÓPEZ JIMÉNEZ, Sinesio

1997 *Ciudadanos reales e imaginarios. Concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú*, Lima, IDS, pp. 119.

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio

1997 *Manual urgente para radialistas apasionados*, 1.ª ed., Quito, AMARC, pp. 550.

1998 “¿Radios ciudadanas?”, *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, No.61, marzo de 1998, pp. 52-54.

1999 “Radios ciudadanas en vísperas del nuevo milenio”, *Arandú*, No.41, septiembre-diciembre de 1999, pp. 19-22.

MACASSI L., Sandro

1994 “Información para una ciudadanía responsable”, *La Pizarra – Revista del Comunicador Práctico*, No.11, agosto de 1994, pp. 12-15.

1997 “Las agendas públicas: de lo público al espectáculo y viceversa” en AA.VV., *Escenografías para el diálogo*, 1.ª ed., Lima, Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL) y Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 107-145.

MARTÍN-BARBERO, Jesús

1998a *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, 5.ª ed., Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello, pp. 351.

1998b *Las mediaciones de los medios en la construcción de ciudadanía*, conferencia magistral presentada en el *II Festival Internacional Radioapasionados y Televisionarios de América Latina y el Caribe, para Democratizar la Palabra y la Imagen*, ALER, AMARC, CIESPAL, FELAFACS, FIP, PROA, RNTC, SCC, VIDEAZIMUT, WACC, Santafé de Bogotá, 7 al 11 de octubre, pp. 7.

MATA, María Cristina

1993a "¿Dónde están y a dónde van las radios populares?", *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, No.45, abril de 1993, pp. 6-7.

1993b "¿Radio popular o comunitaria?", *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, No.47, noviembre de 1993, pp. 57-59.

MERINO UTRERAS, Jorge

1988 *Comunicación popular, alternativa y participatoria*, 1.ª ed., Quito, CIESPAL, Manuales didácticos No.12, pp. 260.

ORTIZ, Renato

1995 "Culturas populares y nacionales frente a la modernidad globalizada" en AA.VV., *Los medios, nuevas plazas para la democracia*, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 17-29.

OSSANDÓN, Fernando

1997 "Ciudadano ¿participas del desarrollo? Una reflexión desde la comunicación social" en AA.VV., *Escenografías para el diálogo*, 1.ª ed., Lima, Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL) y Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 297-324.

PEPPINO BARALE, Ana María

1999 *Radio educativa, popular y comunitaria*, 1.ª ed., México D.F., UAM, pp. 378.

PIMENTEL BERNAL, Enzo

1997 "De consumidores a públicos: hacia una oferta informativa con perspectiva ciudadana", *La Pizarra – Revista de Comunicación Práctica*, No.23, abril de 1997, pp. 11-14.

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD)

2000 *Informe de Desarrollo Humano en Bolivia*, 1.ª ed., La Paz, PNUD, pp. 214.

PROTZEL, Javier

1995 "Participación ciudadana en los medios" en AA.VV., *Los medios, nuevas plazas para la democracia*, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 149-160.

RADIO PÍO XII

1992 *Reportero popular: voz de la comunidad*, Siglo XX, Radio Pío XII, pp. 17.

RETAMOZO LEAÑO, Dulfredo
1995 *Técnicas de discusión pública*, La Paz, Universidad Católica Boliviana (UCB), pp. 15.

REY, Germán
1997 "Otras plazas para el encuentro" en AA.VV., *Escenografías para el diálogo*, 1.ª ed., Lima, Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL) y Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 19-48.

ROCHABRÚN S., Guillermo
1995 "A manera de prólogo. La actualidad de una mirada" en AA.VV., *Los medios, nuevas plazas para la democracia*, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 9-14.

ROMO GIL, María Cristina
1987 *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, 1.ª ed., México D.F., ITESO, pp. 120.

RONCAGLIOLO, Rafael
1996 "Libertad de expresión radiofónica", *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, No.56, diciembre de 1996, pp. 48-51.

VANDENBULCKE, Humberto
1999 "La radio popular en la educación ciudadana. La experiencia de la red de UDECA", conferencia magistral presentada en la Asamblea General de ERBOL realizada en julio de 1999 en la ciudad de Cochabamba, pp. 7.

VILLAMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto
1998 *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*, 1.ª ed., Quito, AMARC, Fundación Friedrich Ebert Stiftung, pp. 258.

**B. LATINOAMÉRICA Y BOLIVIA: EL CONTEXTO RADIAL GESTOR DE CIUDADANÍAS**

BELTRÁN, Luis Ramiro y REYES, Jaime
1993 "Radio popular en Bolivia: la lucha de obreros y campesinos para democratizar la comunicación", *Dia-logos de la Comunicación*, No.35, marzo de 1993, pp. 14-31.

CANELAS TARDÍO, Fernando (coordinador general)
1999 *Bolivia el milenio: el siglo en Sucre, La Paz, Cochabamba y el mundo*, 1.ª ed., Cochabamba, Grupo Canelas, pp. 263.

COMISIÓN EPISCOPAL PARA AMÉRICA LATINA (CEPAL)
1984 "Una visión global de la mujer popular" tomado del libro *La mujer en el sector popular urbano. América Latina y el Caribe*, s.l., Naciones Unidas-CEPAL, Santo Domingo, pp. 7-23.

EDUCACIÓN RADIOFÓNICA DE BOLIVIA (ERBOL)
1986 *¿Qué es ERBOL?*, Sucre, ERBOL, pp. 18.
1989 *Estatutos y reglamentos*, La Paz, ERBOL, pp. 12.
1995 *Estrategia de comunicación educativa para el desarrollo,* La Paz, ERBOL, pp. 32.

1997 *Estatutos y reglamentos*, La Paz, ERBOL, pp. 18.

IRIARTE, Gregorio y ORSINI PUENTE, Marta

1992 *Realidad y medios de comunicación. Técnicas e instrumentos de análisis*, Cochabamba, Centro de Apoyo a la Educación Popular (CAEP), Centro de Promoción de los Misioneros Oblatos de M.I. (CEPROMI), pp. 205.

1995 *Conciencia crítica y medios de comunicación. Técnicas de análisis*, 1.ª ed., Cochabamba, Centro de Apoyo a la Educación Popular (CAEP), Centro de Promoción de los Misioneros Oblatos de M.I. (CEPROMI), pp. 306.

MARSEILLE, Jacques (dirección editorial)

1999 *Gran historia universal Larousse*, Santiago, Larousse, tomo 18 – *El fin de las ideologías*, pp. 2182-2303.

MINISTERIO DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y MEDIO AMBIENTE

1997 *Sistema Nacional de Planificación. Norma de la Planificación Participativa Municipal*, 1.ª ed., La Paz, pp. 27.

PÉREZ DE CASTAÑOS, María Inés y BALDIVIA URDININEA, José

1997 *Participación Popular: Primeras visiones sobre logros y limitaciones*, La Paz, Grupo Esquel, pp. 74.

REPÚBLICA DE BOLIVIA

1995 *Constitución Política del Estado*, La Paz, Centro de Estudios Forenses “Agustín Aspiazu”, pp. 31.

REYES VELÁSQUEZ, Jaime

1990 *La radiodifusión en Bolivia*, La Paz, Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL), Oficina de Servicios y Asesoramiento a Proyectos (OSAP), pp. 70.

TORANZO ROCA, Carlos

1999 “Introducción. La pluralidad y diversidad de la participación” en AA.VV., *Las paradojas de la participación. ¿Más Estado o más sociedad?*, 1.ª ed., La Paz, Diakonia–Acción Ecuménica Sueca, OXFAM-Gran Bretaña, pp. xi-xxxii.

UDAPSO - PNUD

1997 *Índices de desarrollo humano y otros indicadores sociales en 311 municipios de Bolivia*, La Paz, Huellas, pp. 214.

**C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

ANDER-EGG, Ezequiel

1995 *Técnicas de investigación social*, 24.ª ed., Buenos Aires, Lumen, pp. 424.

BONILLA-CASTRO, Elssy y RODRÍGUEZ SEHK, Penélope

1997 *La investigación en ciencias sociales. Más allá del dilema de los métodos*, 2.ª ed., Santafé de Bogotá, Grupo Editorial Norma, pp. 220.

BRIONES, Guillermo

1996 *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*, 1.ª ed., México, Trillas, pp. 291.

CAMACHO, Carlos
1996 *Estudio del consumo cultural entre mujeres migrantes urbano-populares adultas: el caso de la radio en la Urbanización 16 de Julio de la ciudad de El Alto en mayo y junio de 1996*, tesis presentada para la obtención del título de licenciatura en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana San Pablo, La Paz, pp. 270.

CERDA, Hugo
1991 *Los elementos de la investigación. Cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*, 1.ª ed., Santafé de Bogotá, El Buho, pp. 449.

DEBUS, Mary
1995 *Manual para excelencia en la investigación mediante grupos focales*, 1.ª reimpresión, Washington, AED-HEALTHCOM, pp.72.

HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar
1991 *Metodología de la investigación*, 2.ª ed., México, McGraw- Hill, pp. 505.

LÓPEZ ROMO, Heriberto
1998 "La metodología de encuesta" en GALINDO CÁCERES, Jesús (coordinador), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación,* 1.ª ed., México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, pp. 33-73.

MATA, María Cristina y SCARAFÍA, Silvia
1993 *Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico*, 1.ª ed., Quito, ALER, pp. 215.

MATA, María Cristina y MACASSI, Sandro
1997 *Cómo elaborar muestras para los sondeos de audiencia*, 1.ª ed., Quito, Cuadernos de Investigación No.5, ALER, pp. 139.

MATA, María Cristina
1996 *Cómo conocer la audiencia de una emisora: los debates de audiencia*, 1.ª ed., Quito, Cuadernos de Investigación No.4, ALER, pp. 103.

TAYLOR, Steven y BOGDAN, Robert
1990 *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*, 1.ª reimpresión, Buenos Aires, Paidós, pp. 343.

WIMMER, Roger y DOMINICK, Joseph
1996 *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, 1.ª ed., Barcelona, Bosch Casa Editorial, pp. 492.

# Anexo metodológico

Estamos haciendo un libro,
testimonio de lo que no decimos.
Reunimos nuestro tiempo, nuestros
dolores, nuestros ojos, las manos que
tuvimos, los corazones que ensayamos;
nos traemos al libro,
y quedamos, no obstante,
más grande y más miserables que el
libro.
El lamento no es el dolor:
El canto no es el pájaro.
El libro no soy yo, ni es mi hijo,
ni es la sombra de mi hijo.
El libro es sólo el tiempo, un tiempo mío
entre todos mis tiempos,
un grano en la mazorca,
un pedazo de hidra.

**Jaime Sabines**

Este Anexo consiste en el diseño estratégico que se eligió para abordar el objeto de estudio desde una perspectiva que combina de manera deliberada y explícita un enfoque metódico-técnico de técnicas cuantitativas y cualitativas. A continuación se plantean concretamente cada una de ellas.

## A. ENFOQUES METODOLÓGICOS EMPLEADOS EN EL ESTUDIO[119]

En esta investigación se parte del postulado de que la "*solución de los problemas que se presentan en el proceso de investigación requiere que no se desarticule la relación entre la concepción del mundo del investigador y la teoría y el método que usa. De lo contrario, se reduce el problema del conocimiento científico a cuestiones de metodología y se propicia una formación científica ingenua, acrítica y fundamentalmente replicadora*" (Bonilla-Castro y Rodríguez, 1997:44). De esta manera, se asume un papel crítico y creativo en los procesos de comprensión y conocimiento de la realidad social en la que nos desenvolvimos.

Asimismo, se considera en el presente estudio que los métodos de conocimiento cualitativos y cuantitativos —cada uno sustentado en supuestos diferentes— no son excluyentes, ya que "la totalidad de la realidad social no se agota con la cuantificación y que un número significativo de fenómenos sociales sólo puede cualificarse y no cuantificarse a menos que previamente se hayan cualificado" (Bonilla-Castro y Rodríguez, 1997:45). En consecuencia, el empleo conjunto de los atributos de los dos enfoques metodológicos permitirá atender mejor las necesidades y exigencias de la situación problemática abordada.

Por lo tanto, en función de la naturaleza del problema de investigación y los propósitos investigativos se planteó la utilización, de una forma vinculada y complementaria, entre enfoques metodológicos cuantitativos y cualitativos. Así, se combinó en la estrategia metodológica el máximo de generalidad (encuesta) con la concreción grupal (debate grupal) y el análisis del discurso radiofónico.

Lo cierto es que la combinación de estrategias permitió abordar no sólo a los *emisores* del proceso de comunicación radiofónica —en su acción

[119] El diseño e implementación de la estrategia metodológica de este estudio fue auxiliado por el Capítulo 4 - Instrumentación de la Investigación, de la tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, *Estudio del Consumo Cultural entre Mujeres Migrantes Urbano-Populares Adultas: el Caso de la Radio en la Urbanización 16 de Julio de la Ciudad de El Alto en Mayo y Junio de 1996*, de Carlos A. Camacho, UCB, La Paz, 1996.

mediática gestora de ciudadanías—, sino también a los *receptores*, considerados por aquéllos como los principales beneficiarios y orientadores de su labor. También se realizó un abordaje sobre los modos expresivos del discurso radial (programación).

En definitiva, en la planificación y ejecución de la estrategia metodológica, tanto cuantitativa como cualitativa, nos emplazaron las palabras de C. Wright Mills, citado por Steven Taylor y Robert Bogdan (1990:134):

> Sea un buen artesano: evite un conjunto rígido de procedimientos. Por sobre todo, trate de desarrollar y aplicar la imaginación sociológica. Eluda el fetichismo del método y la técnica. Impulse la rehabilitación de una artesanía intelectual no presuntuosa, y trate de convertirse en artesano usted mismo. Que cada hombre sea su propio metodólogo.

### B. POBLACIONES OBJETIVO

Estas son las dos *poblaciones objetivo* de las que nos ocupamos en la aplicación de las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas: los emisores con el debate grupal y la encuesta descriptiva auto administrada (encuestado-encuestado), y los receptores con la encuesta descriptiva aplicada en forma directa (encuestador-encuestado).

- En esta línea, consideramos a los *receptores* como la población femenina y masculina de 18 y más años de edad que tenga su lugar de residencia habitual (hogar particular[120]) en el área urbana del municipio donde funciona una radioemisora afiliada a la Asociación ERBOL.

Igualmente, nos parece importante aclarar las definiciones operacionales referidas a los *emisores* que trabajan en las radioemisoras afiliadas a ERBOL[121]:

---

[120] *Hogar particular* es el que está constituido por una o varias personas que viven habitualmente bajo un mismo techo en régimen familiar, sean o no parientes entre sí, compartiendo un presupuesto doméstico común.

[121] De las 21 radioemisoras populares afiliadas a la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL) se trabajó, por razones operativas, con 11 que participaron en el primer semestre de 1999 en el programa de capacitación *Fortalecimiento de la Participación Popular* financiado por el proyecto Desarrollo Democrático y Participación Ciudadana (DDPC), dependiente de USAID en Bolivia. Estas condiciones facilitaron la ejecución de los debates grupales como parte del seguimiento de este programa en el segundo semestre de 1999.

- Los y las *radialistas* son las personas asalariadas que organizan, presentan y difunden discursos radiofónicos —esto es, elementos lingüísticos (palabras), sonoros (efectos, silencios) y musicales— en diferentes modos expresivos (géneros, formatos y recursos), los mismos que implican ciertas reglas y características de producción y que dan por resultado mensajes de diferente tipo posibilitando el intercambio y la comprensión entre éstos y los receptores. Por su condición en el proceso de comunicación radiofónica son considerados como *emisores*, y pueden ser productores de programas; locutores o conductores; periodistas, reporteros o corresponsales; guionistas o libretistas; técnicos, grabadores u operadores.

- Conforme con radio Pío XII (1992:2), el *reportero popular* "Es un comunario o comunaria, vecino o vecina propio de la comunidad o pueblo. Elegido por las bases de la comunidad, por las autoridades, vecinos del pueblo y reconocido por la institución." La radioemisora de Acción Cultural Loyola (ACLO, 1991:9) amplía lo mencionado al señalar que una de las formas de participación del pueblo en el trabajo del periódico y la radio popular es mediante estos comunicadores "voluntarios[122]" llamados reporteros populares, que sistemáticamente tienen que ir "informando y comunicando lo que pasa en su región, ayllu o comunidad." Para realizar eficientemente este trabajo informativo el reportero popular debe saber leer y escribir con cierta fluidez y, asimismo, debe vivir en el medio desde el cual recoge, redacta y manda noticias. En una sola palabra, el reportero es la *voz pública de la comunidad*.

### C. ESTRATEGIA METODOLÓGICA CUALITATIVA: EL DEBATE GRUPAL

De las cuatro formas generales en que Mary Debus (1995:4) menciona que se emplea primordialmente la investigación cualitativa, nos basaremos en la que la utiliza como método principal de recopilación de datos en relación con un tema de investigación. No obstante, debemos tener en cuenta con

[122] La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER, 1993:12-13) los nombra como *corresponsales populares*, y explica que no son empleados de la emisora y por eso no tienen contrato de trabajo ni ganan sueldo. A pesar de que prestan sus servicios de manera gratuita, la radio les ayuda en varias formas a mejorar su labor: capacitación y seguimiento, materiales de trabajo, apoyo público y moral, etc.

Debus que este tipo de investigación es “realizada con *grupos pequeños* de personas que generalmente no son seleccionadas sobre la base de la probabilidad. No tiene la intención de sacar conclusiones firmes ni generalizar los resultados a la población general.”

De esta forma, la estrategia cualitativa nos proporcionó profundidad de comprensión acerca de las acciones de los emisores, en este caso, radialistas y reporteros populares de las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL).

Para evitar confusiones, es conveniente antes de conceptuar y explicar la técnica cualitativa empleada, aclarar las características generales de los grupos focales, los debates de audiencia y el debate grupal (tabla 4-1), a partir de las semejanzas y diferencias propuestas por María Cristina Mata (1996:97-100) para las dos primeras.

Basándonos en la “imaginación” y reflexión metodológica de Mata para la investigación del quehacer de las radios populares, particularmente, y en la propuesta de Taylor y Bogdan (1990:134) de un investigador-innovador que se “educa” sobre los modos de estudiar el mundo social creando constantemente nuevos métodos y enfoques, diseñamos el *debate grupal*. Después de varios años de aplicar esta técnica en diferentes realidades y circunstancias en la labor de formación y capacitación de la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL), pensamos que está suficientemente validada para ser empleada en un estudio como el presente.

Se define al *debate grupal* como una técnica de investigación cualitativa que aprovecha la dinámica de grupo para estimular y permitir la participación amplia de los participantes con el fin de lograr que las personas involucradas produzcan —de forma estructurada y con la ayuda de un conductor-facilitador— información variada, matizada y profunda sobre ciertos hechos, situaciones o prácticas de su experiencia como emisores de radio. Los debates grupales de este estudio se los llevaron a cabo regionalmente[123].

---

[123] Este tipo de debates grupales congrega a una o varias instituciones afiliadas a ERBOL que trabajan en un área geográfica próxima y con características culturales similares, fundamentalmente el idioma, generador de encuentros y acciones coordinadas. En esta orientación, destacamos la experiencia de la *Red Quiechua Satelital* que, como parte de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), concentra a más de 20 radioemisoras quichuas y quechuas de Ecuador, Perú y Bolivia (todas de ERBOL) con el

El objetivo de la ejecución de debates grupales en esta investigación fue obtener mayor comprensión de la población objetivo (radialistas y reporteros populares) sobre diversos ámbitos comunicativos complementarios desplegados por las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL) en apoyo a la gestación de ciudadanías.

En la siguiente tabla podemos apreciar los ámbitos geográfico (lugar) y temporal (período del levantamiento de la información) de realización de los debates grupales, además de la institución afiliada a ERBOL que trabajó como contraparte local en la organización de estos debates, las afiliadas participantes, la persona encargada de la facilitación-conducción y el número de participantes (radialistas y reporteros populares de las radios afiliadas a ERBOL) en cada evento.

propósito de favorecer la intercomunicación quiechua, estimular la formación de una identidad colectiva positiva, facilitar la conexión entre distintos movimientos sociales vigentes en el mundo quiechua, ser un apoyo para el movimiento de educación intercultural y bilingüe.

**Tabla 4- 1**

| DATOS GENERALES SOBRE LA REALIZACIÓN DE LOS DEBATES GRUPALES | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **CONTRAPARTE LOCAL** | **AFILIADAS PARTICIPANTES** | **FACILITACIÓN-CONDUCCIÓN** | **Nº DE PARTICIPANTES** | **ÁMBITO GEOGRÁFICO** | **ÁMBITO TEMPORAL** |
| *Radio Horizontes* | - Radio Horizontes (Huanuni, Oruro)<br>- Radio Pío XII (Oruro, Oruro) | Carlos Camacho | 24 personas (15 varones y 9 mujeres):<br>- 7 productores<br>- 9 reporteros populares<br>- 5 operadores y locutores<br>- 3 periodistas y locutores | Huanuni, Oruro | 17 al 19 de agosto |
| *Radio Santa Clara* | - Radio Santa Clara (Sorata, La Paz)<br>- Radio Chaka (Pucarani, La Paz)<br>- Radio Sariri (Escoma, La Paz)<br>- Radio San Gabriel (La Paz, La Paz) | Carlos Camacho | 17 personas (15 varones y 2 mujeres):<br>- 7 reporteros populares<br>- 5 productores<br>- 2 operadores y locutores<br>- 1 locutor<br>- 2 locutores y reporteros populares | Sorata, La Paz | 24 al 26 de agosto |
| *Radio Esperanza* | - Radio Esperanza (Aiquile, Cochabamba)<br>- Radio Don Bosco (Kami, Cochabamba) | Carlos Camacho | 10 personas (7 varones y 3 mujeres):<br>- 5 reporteros populares<br>- 1 locutor<br>- 1 periodista y locutor<br>- 3 productor | Aiquile, Cochabamba | 16 al 17 de septiembre |
| *CEAMCOS* | - ACLO Sucre (Sucre, Chuquisaca)<br>- ACLO Potosí (Potosí, Potosí) | Carlos Camacho | 19 personas (11 varones y 8 mujeres):<br>- 1 locutor y productor<br>- 11 reporteros populares<br>- 7 productores | Potosí, Potosí | 20 al 22 de septiembre |
| *Radio San Miguel* | - Radio San Miguel (Riberalta, Beni) | Carlos Camacho | 21 personas (17 varones y 4 mujeres):<br>- 1 colaborador<br>- 3 productores<br>- 13 reporteros populares<br>- 1 reportero<br>- 2 locución y programación<br>- 1 grabador | Riberalta, Beni | 27 al 29 de septiembre |
| *Radio Yungas* | - Radio Yungas (Chulumani, La Paz) | Carlos Camacho | 11 personas (10 varones y 1 mujer):<br>- 3 reporteros populares<br>- 6 productores de programas<br>- 1 reportero<br>- 1 operador | Chulumani, La Paz | 13 al 14 de octubre |

FUENTE: Elaboración propia.

### 1. Instrumento de investigación: la guía de debate

Luego de determinar el objetivo del debate grupal se procedió al diseño del instrumento de investigación, que en este caso fue la *Guía de Debate*.

La *Guía de Debate* es un listado de los ejes temáticos de discusión referidos al estudio que se trataron en el debate grupal. Para alcanzar el cumplimiento sistemático de los objetivos propuestos para esta técnica cualitativa de investigación e invitar a la permanente reflexión y discusión en cada uno de los ejes propuestos se pensó en una estructura ordenada —a manera de Programa para las tres jornadas de trabajo[124]—, que combinara exposiciones motivadoras para los trabajos grupales a cargo del facilitador-conductor. Y, a partir de la dinámica generada en cada grupo, se pretendió la socialización en plenario de los resultados, criterios, opiniones, experiencias, valoraciones y críticas, la confrontación de los diferentes puntos de vista y el arribo a recomendaciones prácticas para el mejoramiento de la práctica radial.

En este estudio la estructura de la Guía está compuesta por las siguientes secciones:

***a)*** ***Apertura del Grupo*.-** En este apartado nos importó la inscripción, presentación y mención de expectativas de los participantes, una breve presentación e introducción por parte del facilitador-conductor sobre lo que se iba a hacer, lo que se esperaba del grupo (objetivos y motivaciones), el procedimiento metodológico a seguir y algunos avisos de organización interna (horario de trabajo, día y hora de salida, horas de comida, reglamentos del local, devolución económica de pasajes, etc.).

***b)*** ***La Radio Popular*.-** En esta parte se pretendió identificar los principios generales de las radios llamadas “populares”: rentabilidad sociocultural, compromisos del movimiento y, particularmente, rescatar su opción fundamental en la actualidad como espacios de encuentro y construcción de ciudadanía.

---

[124] En los municipios de Chulumani y Aiquile los debates grupales tuvieron una duración de dos jornadas.

c) ***La Ciudadanía y la Comunicación Radiofónica*.-** Esta sección fue destinada para dar un panorama global sobre el reconocimiento jurídico de la ciudadanía en Bolivia asentado en la Constitución Política del Estado. Del mismo modo, se plantearon las posibles conexiones y "puentes" que construyen los medios de comunicación, en general, y las radios populares, en particular, en la gestación de ciudadanías a partir de ámbitos comunicativos complementarios articulados por la participación que generan: información, opinión, discusión pública, control social.

d) ***La Oferta Informativa*.-** En este módulo nos interesaron las características y el tratamiento de producción de información noticiosa en las radioemisoras afiliadas a la Asociación ERBOL. Para esto se realizó el primer trabajo grupal y, luego de la respectiva plenaria, se bosquejaron algunas sugerencias para ofrecer al receptor una información de calidad.

e) ***La Opinión Pública*.-** Este apartado quiso establecer las características de la opinión pública como proceso y el rol de las radios populares en la formación responsable y crítica de ésta. Aquí los grupos cumplieron con el segundo trabajo de reflexión y debate al establecer el seguimiento que la radio de ERBOL proporcionó a una noticia de interés público y, de ahí, aproximarnos a la incidencia que se tuvo en la opinión pública. A continuación se trazaron las etapas del proceso de formación de opinión pública, la colocación y manejo de temas en la agenda pública y, también, se plantearon los factores que influyen provechosamente en la generación de opinión pública: importancia del medio, tratamiento de la información, perfil del comunicador, del equipo y de la radio.

f) ***La Participación Radiofónica*.-** La presente sección principió con el tercer trabajo de grupo, donde se examinó el papel de la radio afiliada a ERBOL en el sentido e incentivo de la apertura de espacios para la participación de los receptores antes, durante y fuera de sus emisiones. Después de la respectiva plenaria se expusieron las peculiaridades de lo participativo en la radio popular.

*g)* ***Clausura del grupo*.-** En la parte final se sintetizaron todos los ejes temáticos abordados en el debate grupal al tratar el tema de la educación ciudadana en la radio popular. De la misma manera, se evaluó de manera oral el debate grupal en sí (contenidos, metodología, conducción, materiales, infraestructura, ambiente grupal) y el rendimiento de cada participante (autoevaluación desde criterios como el nivel de participación, relacionamiento con los compañeros y aprovechamiento personal).

## 2. Plan de muestreo

Analizados los objetivos y el diseño del debate grupal se eligió la muestra de la población objetivo mediante el *muestreo no probabilístico*, ya que se requería elegir a los sujetos participantes no de acuerdo a la probabilidad sino a nuestra decisión y criterio como investigadores. Esta selección cuidadosa y controlada buscó sujetos "típicos" que fueran casos representativos de una población determinada.

### *a. Tipo de muestreo*

Ya que el objetivo de los debates grupales era la riqueza, profundidad y calidad de la información, y no la cantidad ni la estandarización, se practicó la *muestra de los sujetos-tipo*[125].

### *b. Tamaño de la muestra*

De acuerdo con los recursos que se contaban, se planificó la realización de 6 debates grupales en los diferentes municipios donde funcionaban radios afiliadas a la Asociación ERBOL que habían participado en el primer semestre de 1999 en el programa de capacitación *Fortalecimiento de la Participación Popular*. Un promedio de 17 personas de la población objetivo asistió, por el transcurso de tres jornadas a tiempo completo, a cada uno de éstos.

[125] Roberto Hernández Sampieri *et.al.* (1998:228) respecto a este tipo de muestra mencionan uno de los procedimientos para su realización: se construyen grupos de 8 ó 10 personas y con cada uno de estos se efectúa una sesión: "un facilitador o moderador dirigirá una conversación donde los miembros del grupo expresen sus actitudes, valores, medios, expectativas, motivaciones hacia las características de determinado producto o servicio."

*c. Método de selección*

Los directores, o en algunos casos los responsables o jefes de área, de las radioemisoras populares afiliadas a ERBOL que intervinieron en los debates grupales fueron los encargados de escoger —intencionadamente y no al azar— a los y las radialistas y reporteros populares (población objetivo) que fueran considerados como típicos o representativos del conjunto.

## 3. Trabajo de campo

*a. Personal requerido*

Conforme al carácter del debate grupal se estipuló que se iba a necesitar un facilitador-conductor. Se dispuso que esta persona debía poseer experiencia de capacitación en educación popular[126], tener capacidad de moderar y sintetizar las ideas expuestas, gozar de buenas relaciones con los directores y con el personal de las radios de ERBOL que funcionarían como contraparte local en la organización de los debates grupales, conocer a la mayor parte de los y las participantes y, principalmente, estar muy versado en las temáticas y objetivos de la investigación.

Para cumplir con los requisitos establecidos se decidió que el responsable de este estudio fuera el facilitador-conductor de los debates grupales. Su trabajo a lo largo de tres años con esta población en la Coordinación del Departamento de Formación y Capacitación de ERBOL le facilitó este acercamiento metodológico.

*b. Levantamiento de la información*

Con el propósito de asegurar la asistencia a los debates grupales se envió con la debida antelación, a través del correo que mantiene la Secretaría Ejecutiva de ERBOL con sus afiliadas, la Convocatoria para cada evento. Cada radioemisora participante debía confirmar por escrito (fax, carta, e-mail) o por teléfono la nómina de los asistentes.

---

[126] Hernán Gutiérrez (1994:1) nos aclara al respecto: "En síntesis, la metodología de la educación popular supone tres pasos: 1. Partir de la práctica, 2. Problematizar, extraer elementos, reflexionar, incorporar conocimientos nuevos y 3. Ir de nuevo a la práctica. Aplicando esta metodología, en la capacitación distinguimos también tres pasos: 1. Hacer, 2. Evaluar, obtener criterios, generar nuevos conocimientos e incorporar otros conocimientos y 3. Rehacer."

Con la contraparte local se definió el lugar donde se realizaría el debate grupal, además del alojamiento y la alimentación (desayuno, refrigerios, almuerzo y cena) de las y los participantes que venían de otros municipios. Los costos de los pasajes terrestres de éstos, así como los ítems antes mencionados por los tres días de duración de cada debate grupal, fueron cubiertos en su integridad por la Secretaría Ejecutiva de ERBOL con el sostén del Proyecto DDPC.

Para garantizar la adecuada realización de los debates grupales, al inicio de los mismos el facilitador-conductor repartió a cada asistente el material de trabajo: fotocopias de los ejes temáticos (exposiciones) a ser desarrollados, material de escritorio (bolígrafo, cuaderno, hojas sábana). También se aseguraron todos los elementos para el adecuado desenvolvimiento de los trabajos en grupo: marcadores gruesos, cinta autoadhesiva ("maskin") y papelógrafos, donde debían plasmar los resultados de su reflexión y debate para luego exponerlos en plenario. Por su parte, las exposiciones de los ejes temáticos a cargo del facilitador-conductor fueron apoyadas con transparencias y apuntes en papelógrafos o, en algunas circunstancias, en pizarra.

En las aulas donde acontecieron los debates grupales los bancos fueron dispuestos en semicírculo, a distancias aproximadamente iguales del facilitador-conductor, de tal manera que existió el adecuado contacto visual entre este último y los participantes y entre ellos. Por otra parte, se efectuó un registro fotográfico de los y las asistentes y de algunas escenas de los debates grupales. Una vez finalizado el debate grupal se entregó un Certificado de Asistencia a cada uno de los y las asistentes.

### 4. Procesamiento de la información

El enfoque se orientó hacia una comprensión con profundidad —en un proceso dinámico y creativo— tanto de los informantes (participantes de los debates grupales) como de los escenarios (contexto) en los que fueron recogidos los datos. Justamente para el procesamiento de la información resultante de la investigación cualitativa se siguieron, a juzgar por Taylor y Bogdan (1990:159-174), tres etapas: el descubrimiento, la codificación y la relativización de los datos.

***a. Descubrimiento de los datos***

En esta etapa se revisaron cuidadosa y repetidamente las notas de campo del facilitador-conductor, los papelógrafos elaborados en los trabajos de grupo y, durante la lectura y reflexión sobre los datos, se efectuaron una serie de anotaciones que nos sirvieron de orientación para confeccionar listas tentativas y esquemas de clasificación de temas o pautas emergentes.

***b. Codificación de los datos***

> En la investigación cualitativa, la codificación es un modo sistemático de desarrollar y refinar las interpretaciones de los datos. El proceso de codificación incluye la reunión y análisis de todos los datos que se refieren a temas, ideas, conceptos, interpretaciones y proposiciones. Durante esta etapa del análisis, lo que inicialmente fueron ideas e intuiciones vagas se refinan, expanden, descartan o desarrollan por completo (Taylor y Bogdan, 1990:167).

En la línea de lo presentado por ambos autores, en este estudio juzgamos por conveniente basarnos para el análisis en las categorías de codificación detalladas en los tres trabajos grupales según los puntos de discusión de la *Guía de Debate*. Luego, revisamos nuevamente las listas tentativas y los esquemas de clasificación de los temas o pautas emergentes confeccionadas durante el “descubrimiento” para complementar la transcripción de los trabajos de grupo con nuestros propios criterios como investigadores, que agruparon las constantes, las diferencias y la síntesis de cada patrón advertido.

El propósito de la preparación de estos cuadros fue el de identificar —agrupando a los y las asistentes según la radioemisora donde trabajaban— los diferentes temas, posturas, ideas, proposiciones y pautas emergentes (vocabulario, significados, sentimientos, actividades recurrentes), que surgieron por categoría (por ejemplo, tratamiento de la información) de cada variable (por ejemplo, tipos de periodismo) para su posterior interpretación.

***c. Relativización de los datos***

En esta etapa final se interpretó y evaluó la credibilidad de los datos a partir del contexto en que fueron recogidos. Al respecto, se consideraron los siguientes aspectos: temas que emergieron espontáneamente, la influencia del facilitador-conductor sobre el escenario y los participantes, las fuentes de los datos (presencia de “informantes claves”) y nuestros propios supuestos.

## D. ESTRATEGIA METODOLÓGICA CUANTITATIVA

### 1. La encuesta

En esta práctica investigativa consideramos la *encuesta* como una técnica de investigación cuantitativa que permite la recolección sistemática de datos —que se traducirán en resultados numéricos, frecuencias, porcentajes, estadísticas, cuadros y gráficos— en una parte, fracción o subgrupo representativo (muestra) de una determinada población (universo), mediante la aplicación de un cuestionario[127].

De acuerdo con la naturaleza del problema de investigación y los objetivos de conocimiento que nos hemos propuesto alcanzar se decidió realizar una *encuesta descriptiva* cuyo propósito fue, como atestigua Hugo Cerda (1991:278-279), "caracterizar un fenómeno o situación concreta, indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores, pero a nivel masivo o en un colectivo determinado." Además, para Roger Wimmer y Joseph Dominick (1996:113) las encuestas descriptivas pretenden reflejar las condiciones o actitudes que existen en el momento actual (presente) en un área determinada.

Por su parte, Guillermo Briones (1996:52) considera que este tipo de encuestas muestra "la distribución de los fenómenos estudiados en una cierta población y/o en subconjuntos de ella. El énfasis está colocado en una o más variables dependientes en cuanto a la descripción de su distribución, secuencia o intensidades, al nivel de todo el colectivo y/o de grupos que puedan distinguirse en él."

#### *a. La encuesta descriptiva con administración de cuestionarios en forma directa (encuestador-encuestado)*

Concebida así, la *Encuesta sobre la Radio Popular como Instancia de Mediación Gestora de Ciudadanías/1999* se aplicó *en forma directa* (encuestador-encuestado) entre la *población objetivo* de la encuesta, vale decir, la población femenina y masculina de 18 y más años de edad que tenga su lugar de residencia habitual (hogar particular) en el área urbana del municipio donde funciona una radioemisora afiliada a la Asociación ERBOL.

---

[127] En esta investigación se utilizarán como términos sinónimos *cuestionario* y *boleta*.

El objetivo de aplicar esta encuesta fue adquirir información de la población objetivo relativa al ejercicio de su ciudadanía, el grado y formas de su participación radiofónica en las radios afiliadas a ERBOL y, también, sobre su percepción del grado de incidencia de éstas en la opinión pública.

En la tabla 4-3 podemos apreciar los ámbitos geográfico (lugar donde se aplicó el cuestionario entre la muestra seleccionada) y temporal (momento del levantamiento de la información) de aplicación de la encuesta, además de la institución afiliada a ERBOL que trabajó como contraparte local en la organización de ésta, las afiliadas participantes, las personas encargadas de la coordinación y de la dirección y el número de encuestadores (radialistas y reporteros populares de las radios afiliadas a ERBOL que también hicieron de encuestadores) en cada evento.

| DATOS GENERALES SOBRE LA REALIZACIÓN DE LA "ENCUESTA SOBRE LA RADIO POPULAR COMO INSTANCIA DE MEDIACIÓN GESTORA DE CIUDADANÍAS/1999" | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **CONTRAPARTE LOCAL** | **AFILIADAS PARTICIPANTES** | **COORDINACIÓN** | **DIRECCIÓN** | **Nº DE ENCUESTA-DORES** | **ÁMBITO GEOGRÁFICO** | **ÁMBITO TEMPORAL** |
| ***Radio Horizontes*** | - Radio Horizontes (Huanuni, Oruro)<br>- Radio Pío XII (Oruro, Oruro) | Secretaría Ejecutiva ERBOL | Carlos Camacho | 24 personas | Huanuni, Oruro | 20 de agosto |
| ***Radio Santa Clara*** | - Radio Santa Clara (Sorata, La Paz)<br>- Radio Chaka (Pucarani, La Paz)<br>- Radio Sariri (Escoma, La Paz)<br>- Radio San Gabriel (La Paz, La Paz) | Secretaría Ejecutiva ERBOL | Carlos Camacho | 17 personas | Sorata, La Paz | 27 de agosto |
| ***Radio Esperanza*** | - Radio Esperanza (Aiquile, Cochabamba)<br>- Radio Don Bosco (Kami, Cochabamba) | Secretaría Ejecutiva ERBOL | Carlos Camacho | 10 personas | Aiquile, Cochabamba | 18 de septiembre |
| ***Radio San Miguel*** | - Radio San Miguel (Riberalta, Beni) | Secretaría Ejecutiva ERBOL | Carlos Camacho | 21 personas | Riberalta, Beni | 30 de septiembre |
| ***Radio Chaka*** | - Radio Chaka (Pucarani, La Paz) | Secretaría Ejecutiva ERBOL | Carlos Camacho | 10 personas | Pucarani, La Paz | 9 de octubre |
| ***Radio Yungas*** | - Radio Yungas (Chulumani, La Paz) | Secretaría Ejecutiva ERBOL | Carlos Camacho | 11 personas | Chulumani, La Paz | 15 de octubre |

FUENTE: Elaboración propia.

### 1) Instrumentos de investigación: el cuestionario y el manual del encuestador

Luego de determinar la finalidad de la encuesta, las definiciones y ámbitos involucrados en ésta, se procedió al diseño de los instrumentos de investigación, que en este caso fueron el cuestionario y el manual del encuestador.

El instrumento de medición utilizado en la Encuesta fue el cuestionario, en el que el encuestador (entrevistador) registró —por medio de la entrevista personal— las respuestas del encuestado (entrevistado) sobre un conjunto de preguntas ordenadas por módulos o secciones, respecto a las variables a medir de dos objetivos específicos de investigación: el 4 y el 5 (véase el Cuadro al final de este Anexo).

Para el diseño del cuestionario se tomó en cuenta la experiencia acumulada en diversos informes de investigación —estructurados particularmente sobre la base de encuestas— de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria (de Lima, Perú) en su línea de *Ciudadanía y democracia: hacia una estrategia de acción ciudadana*:

- *Vigilancia ciudadana de los medios informativos* (1997);
- *La democracia también se hace con los medios* (Rosa María Alfaro M., 1998);
- *Percepciones del Estado. Poder, descentralización y rol social* (Sandro Macassi L., 1998);
- *Ciudadanos de la ciudad: cambios e incertidumbres comunicativas* (Rosa María Alfaro M., 1998);
- *¿La radio en crisis? ¿Ciudadanía sin palabra sonora?*; (Rosa María Alfaro M., 1999f).

Para establecer la validez y confiabilidad del instrumento la versión preliminar de la boleta pasó por una *prueba piloto* de 35 cuestionarios, distribuidos entre varones y mujeres ubicados en distintos grupos de edad. La prueba piloto fue aplicada el 2, 3 y 4 de agosto de 1999 en barrios populares de la ciudad de La Paz y El Alto. Esta prueba sirvió para medir la funcionalidad y la pertinencia de las preguntas, hecho que llevó a la modificación parcial en el planteamiento y a la eliminación de algunas de éstas.

Con las correcciones realizadas a partir de la prueba piloto, la versión final de la boleta resultó con la siguiente estructura: una extensión de tres carillas tamaño carta, un tiempo promedio de aplicación de 13 minutos, un total de 21 preguntas —entre abiertas, cerradas tricotómicas y cerradas con varias alternativas de respuesta— divididas en 4 secciones:

*a)* ***Características Generales.-*** En este apartado que constaba de 5 preguntas nos interesó conocer los siguientes aspectos del perfil del entrevistado: sexo, edad, ocupación principal y nivel de instrucción.

*b)* ***Características de Ejercicio Ciudadano.-*** Esta parte pretendió identificar, a través de 4 preguntas, las agrupaciones u organizaciones de las que es integrante activo, los principales deberes y derechos del encuestado como ciudadano/a boliviano/a y las actividades que realiza como tal.

*c)* ***Participación Ciudadana.-*** En este módulo se buscó establecer por medio de 6 preguntas su participación en las Elecciones Municipales a través del voto y en otros mecanismos instituidos por la Ley 1551 de Participación Popular (Plan Operativo Anual, Diagnóstico Participativo, etc.), además de las acciones de los medios de comunicación para incentivar y fortalecer la participación ciudadana y el control social que ejercen los ciudadanos frente a las autoridades municipales.

*d)* ***Consumo de la Radioemisora Afiliada a ERBOL.-*** Esta sección de 7 preguntas fue destinada para saber si los encuestados escuchan la radio afiliada a ERBOL que funciona en su municipio, el uso que le dan a dicha radio, su forma de participación en la afiliada a ERBOL y las carencias detectadas en ésta para apoyar la Participación Popular.

Si bien el cuestionario era fácilmente comprensible y manejable fue necesario contar con un instrumento de homogeneización y capacitación que proporcione los lineamientos conceptuales y procedimentales (manejo y llenado de la boleta) vinculados al óptimo levantamiento de la información. Para tal efecto, se elaboró un manual para el encuestador.

Este *Manual del Encuestador* estuvo dirigido a los radialistas y reporteros populares que participaron en los debates grupales, los mismos que como encuestadores estuvieron encargados de obtener la información de la población objetivo de la Encuesta, mediante la entrevista personal con la persona seleccionada, basándose en la boleta proporcionada.

El Manual del Encuestador contiene los siguientes aspectos:

a) ***Conceptos y Definiciones.-*** Este apartado quiso identificar una terminología común entre los encuestadores en torno a las siguientes nociones: "encuesta", "manzana" y "vivienda particular".

b) ***El Encuestador.-*** Este módulo identificó al encuestador, su importancia dentro del proceso de realización de la encuesta, y, por lo tanto, sus obligaciones, además de las reglas que debía cumplir para la concreción satisfactoria de la aplicación de dicha técnica cuantitativa de investigación.

c) ***La Población Objetivo.-*** En este apartado nos interesó dejar bien claro las características generales de los sujetos que se debían encuestar.

d) ***El Cuestionario.-*** Esta parte pretendió dar a conocer al encuestador una serie de instrucciones para el adecuado llenado del cuestionario.

### 2) Plan de muestreo

Analizados los objetivos de la encuesta se procedió a elegir la muestra representativa de la población objetivo de cada municipio donde funcionan estas radioemisoras populares de manera *probabilística*, lo que desde el punto de vista técnico nos permitió inferir los resultados a toda la población. La muestra utilizada reproduce las características de sexo y edad de la población estudiada (marco muestral) proporcionadas en CD-Rom por la Unidad de Políticas de Población dependiente del Ministerio de Desarrollo Sostenible y Planificación, sobre la base de los datos del Censo Nacional de Población y Vivienda de 1992 realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Para esta encuesta se realizó un *muestreo por conglomerados*[128] en dos etapas (bietápico[129]), en el que las *unidades primarias* estuvieron

[128] Como reconocen Sandro Macassi y María Cristina Mata (1997:51), este tipo de muestreo se define "como el conjunto de reglas y procedimientos que permiten seleccionar una muestra de población utilizando agrupaciones de elementos sin tener que recurrir al listado de todos ellos."

[129] Como reconoce Ezequiel Ander-Egg (1995:185), estas muestras sucesivas son muy adecuadas "para estudios sobre costos de vida, hábitos alimentarios, consumos y todos aquéllos que exigen investigaciones muy detenidas y profundas y que por razones prácticas sólo pueden aplicarse a una muestra restringida."

conformadas por las manzanas[130] y las *unidades secundarias*, por las viviendas particulares[131]. A juzgar por Sandro Macassi y María Cristina Mata (1997:51) esta técnica de muestreo es la que "más se utiliza en los sondeos de audiencia debido a que se aplica muy bien en el caso de poblaciones numerosas y grandes extensiones geográficas" y, asimismo, "puede adaptarse a cualquier tipo de situación y, por tanto, es apta para los diferentes contextos poblacionales y geográficos en que operan las radios educativas y populares."

### a) Tamaño de la muestra

El cálculo del tamaño de la muestra —tomando en cuenta un 90% de nivel de confianza, un 50% de probabilidad de ocurrencia y un margen de error permisible del 8%— se lo obtuvo a través de la siguiente fórmula genérica propuesta por Heriberto López Romo (1998:55):

$$n = \frac{N\,pq}{\left[\frac{ME^2}{NC^2}(N-1)\right] + pq}$$

**n** = Tamaño de la muestra
**N** = Tamaño de la población
**p** = Probabilidad de ocurrencia
**q** = Probabilidad de no ocurrencia (1-p)
**ME** = Margen de error (expresado como probabilidad)
**NC** = Nivel de confianza (expresado como valor z que determina el área de probabilidad buscada)

Ahora, por ejemplo para calcular el tamaño de la muestra de la población objetivo del municipio de Huanuni (en el departamento de Oruro, provincia Pantaleón Dalence) sustituimos los valores en la fórmula y quedó como sigue:

[130] Entendemos por *manzana* el espacio físico donde se han construido viviendas, en forma continua y ordenada, y cuyo perímetro tiene generalmente cuatro lados, delimitados por calles, avenidas o accidentes naturales.

[131] Es *vivienda particular* cualquier espacio físico dentro de una propiedad que, sin distinción de su estructura o de los materiales empleados en su construcción, ha sido edificado, transformado, dispuesto o adaptado para albergar a un hogar particular; sin embargo, puede darse el caso que al interior de una misma vivienda particular existan dos o hasta tres hogares particulares, siempre que éstos no compartan entre sí un mismo presupuesto y no dispongan de acceso independiente para llegar a sus dependencias.

$$n = \frac{6573\ (0.5)\ (1-0.5)}{\left[\frac{(0.08)^2}{(1.65)^2}\ (6573-1)\right] + (0.5)\ (1-0.5)}$$

**n** = Tamaño de la muestra
**N** = 6573
**p** = 0.5 (50%)
**q** = (1-0.5)
**ME** = 0.08 (8%)
**NC** = 1.65 (90%)

$$n = 104.67$$

De acuerdo con la fórmula empleada, la muestra resultante para la aplicación de la encuesta en el municipio de Huanuni fue de 105 personas de la población objetivo[132], la misma que se incrementó a 108 porque se decidió encuestar a 9 personas por manzana, lo cual dio un total de 12 manzanas a ser seleccionadas en la primera fase la muestra.

Para que esta muestra fuera representativa de la población objetivo se combinó el muestreo por conglomerados con el *muestreo estratificado*. Así, se estratificó la muestra en dos categorías (estratos): por sexo (masculino y femenino) y por grupos de edad: primeros votantes jóvenes (18-22 años), adultos contemporáneos (23-40 años) y mayores y de la tercera edad (41 años en adelante). Para ello se computó, en primera instancia, los porcentajes de varones y mujeres según los grupos de edad proporcionalmente al tamaño de la población objetivo del municipio de Huanuni. De ahí, resultaron los siguientes datos:

---

[132] En algunos municipios, se incrementó la muestra para que el total de personas a encuestar sea equivalente en cada una de las manzanas seleccionadas.

**POBLACIÓN DEL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE HUANUNI DE 18 Y MÁS AÑOS DE EDAD POR SEXO SEGÚN GRUPO DE EDADES**

DEPARTAMENTO: Oruro
PROVINCIA: Pantaleón Dalence
MUNICIPIO: Huanuni

| GRUPO DE EDADES | SEXO | | TOTAL |
|---|---|---|---|
| | MASCULINO | FEMENINO | |
| 18-22 | 510<br>16.67% | 568<br>16.16% | 1078<br>16.40% |
| 23-40 | 1560<br>50.99% | 1747<br>49.71% | 3307<br>50.31% |
| 41- | 989<br>32.33% | 1199<br>34.12% | 2188<br>33.28% |
| TOTAL | 3059<br>46.53% | 3514<br>53.46% | 6573<br>100% |

**FUENTE:** Elaboración propia basada en los datos del CD-Rom *Interfase del Censo de Población y Vivienda de 1992*, elaborado por la Unidad de Políticas de Población dependiente del Ministerio de Desarrollo Sostenible y Planificación, con el apoyo del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), 1997.

Seguidamente, sobre la base de los resultados obtenidos en cada caso se calcularon los porcentajes de acuerdo al tamaño de la muestra (108 personas = 100%) y se obtuvo un número de personas a encuestar por sexo según grupo de edades:

**TAMAÑO DE LA MUESTRA DE LA POBLACIÓN DEL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE HUANUNI DE 18 Y MÁS AÑOS DE EDAD POR SEXO SEGÚN GRUPO DE EDADES**

DEPARTAMENTO: Oruro
PROVINCIA: Pantaleón Dalence
MUNICIPIO: Huanuni
MARGEN DE ERROR: 8%
NIVEL DE CONFIANZA: 90%
PROBABILIDAD DE OCURRENCIA: 50%

| GRUPO DE EDADES | SEXO | | TOTAL |
|---|---|---|---|
| | MASCULINO | FEMENINO | |
| 18-22 | 8 | 9 | 17 |
| 23-40 | 26 | 29 | 55 |
| 41- | 16 | 20 | 36 |
| TOTAL | 50 | 58 | 108 |

Similar procedimiento se llevó a cabo en la totalidad de los municipios que formaron parte de la investigación, por lo que la muestra en cada uno de los casos quedó conformada de la siguiente manera:

**Distribución Geográfica de la Muestra**

| Municipios | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| | Huanuni | 109 | 17,4 | 17,4 | 17,4 |
| | Sorata | 99 | 15,8 | 15,8 | 33,1 |
| | Aiquile | 106 | 16,9 | 16,9 | 50,0 |
| | Riberalta | 107 | 17,0 | 17,0 | 67,0 |
| | Chulumani | 100 | 15,9 | 15,9 | 83,0 |
| | Pucarani | 107 | 17,0 | 17,0 | 100,0 |
| Total | | 628 | 100,0 | | |

### b) Método de selección

Las *unidades primarias* se seleccionaron mediante un *muestreo sistemático*. Mediante este tipo de muestreo las manzanas fueron escogidas a partir de un número constante (también conocido como fracción de muestreo o intervalo de selección sistemática "κ"), que permitió abarcar todas las áreas del plano de cada municipio sin producir concentraciones en ninguna de sus partes. Para obtener esa constante dividimos el total de manzanas del área urbana de cada municipio entre el número de la muestra de manzanas a seleccionar. A continuación, escogimos de una tabla de números aleatorios un número de arranque y a ése le sumamos la constante hasta completar el total de los puntos de muestreo. Por último, ubicamos esos números en nuestro listado (plano del área urbana del municipio donde cada manzana estaba numerada en orden correlativo) y distribuimos equipos de encuestadores en esas manzanas.

En el caso de Huanuni, por ejemplo, el número constante estuvo determinado por las 352 manzanas que comprenden el área urbana de este municipio y las 12 manzanas de la muestra. Entonces, el número constante nos indicó que debíamos seleccionar las manzanas cada 29.33 veces, hasta completar el número de manzanas requeridas para la muestra (n = 12). Posteriormente, escogimos al azar un primer número de la lista (número de arranque) entre el 1 y el 29; el número fue el 18, y a ése le

sumamos la constante 29 hasta completar los 12 puntos de muestreo (18, 47, 76, 105, 134, 163, 192, 221, 250, 279, 308, 337) que fueron señalados en el plano del municipio (Figura 4-1) y en las Hojas de Zona (Tabla 4-5). A su vez, se designaron como manzanas suplementarias las que ocupaban el número consecutivo de las señaladas en la muestra (19, 48, 77, 106, 135, 164, 193, 222, 251, 280, 309, 338). Cada uno de los 4 equipos de encuestadores tuvo a su cargo 3 manzanas, es decir, 27 personas a encuestar.

Las *unidades secundarias* fueron escogidas mediante un *muestreo aleatorio simple*. Este tipo de muestreo permitió elegir las viviendas particulares a ser encuestadas al interior de cada manzana componente de la muestra, individualmente y por un proceso aleatorio. Para lograr esto, se distribuyeron equipos de encuestadores en cada una de las manzanas de la muestra y, en el mismo lugar, ellos identificaron y asignaron a cada unidad secundaria —en el sentido de las agujas del reloj, iniciando por el este— un único número. Inmediatamente después ellos mismos, guiados por un supervisor, realizaron la operación de elección aleatoria, es decir, un sorteo. Cada vez que extraían un número lo marcaban en su listado como una vivienda particular a ser encuestada: debían obtener 9 números por manzana. Luego, colocaban nuevamente la papeleta en la bolsa para que, efectivamente, todas las viviendas particulares tengan la misma probabilidad de aparecer. Obviamente, si un número salía dos veces lo desechaban.

Finalmente, al interior de cada unidad secundaria seleccionada el encuestador ubicó el o los hogares particulares, donde optó por encuestar a una persona —sólo 9 personas por manzana seleccionada— que cumplía con las características de la población objetivo según las cuotas de sexo y edad comprendidas en la elaboración del muestreo estratificado, y sobre la base de los cálculos proporcionales que se realizaron para los equipos de encuestadores teniendo siempre en cuenta el porcentaje que representan en la muestra. Todos estos datos se plasmaron en *Hojas de Zona*[133]que se

[133] Las Hojas de Zona “Son verdaderas guías para que los encuestadores realicen su trabajo. Por lo general en ellas se consignan todos los datos que ayudan al encuestador a ubicar el punto muestral, es decir, el lugar preciso en que realizará sus encuestas: el nombre de la ciudad, pueblo o zona rural en que se realizarán las encuestas y el plano o los datos de la manzana o sector correspondiente. También se consignan la cantidad de encuestas a realizar en ese punto muestral. Si trabajamos con cuotas de sexo y edad, es conveniente que en cada hoja incluyamos la cuadrícula que contiene los datos precisos de cuántas mujeres y hombres

repartieron a cada supervisor y encuestador. Por ejemplo, para el caso del municipio de Huanuni se preparó la siguiente Hoja de Zona:

| **HOJA DE ZONA DE LA ENCUESTA SOBRE LA RADIO POPULAR COMO INSTANCIA DE MEDIACIÓN GESTORA DE CIUDADANÍAS/1999** | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| DEPARTAMENTO: Oruro<br>PROVINCIA: Pantaleón Dalence<br>MUNICIPIO: Huanuni | | | | | | | | |
| **EQUIPO No.** | **1** | | **2** | | **3** | | **4** | |
| **SUPERVISOR** | Aldo Medina | | Teófilo Ayala | | Rossemary Ardaya | | Zenobia Poma | |
| **ENCUESTADORES** | - Bernardina Paca<br>- Marco Montaño<br>- Maribel Rubín<br>- Ruperto Condori<br>- Walter Cassia | | - Flora Mendoza<br>- Javier Cabezas<br>- Jenny Rubín<br>- Gerardo Lazarte<br>- Juan Aguanta | | - Esteban Condori<br>- Ponciano Quispe<br>- José Jaimes<br>- Marcos Choque<br>- Alejandrina Jiménez | | - Armingol Saavedra<br>- Elizabeth Ramírez<br>- Grover Siles<br>- Martín López<br>- Kenny Varillas | |
| **MANZANAS ASIGNADAS** (ver plano adjunto) | 18, 47, 76 | | 105, 134, 163 | | 192, 221, 250 | | 279, 308, 337 | |
| **MANZANAS REPUESTO** | 19, 48, 77 | | 106, 135, 164 | | 193, 222, 251 | | 280, 309, 338 | |
| **VIVIENDAS PARTICULARES** | (seleccionar al sorteo 9 por manzana) | | | | | | | |
| **SEXO**<br>**GRUPOS DE EDAD** | **M** | **F** | **M** | **F** | **M** | **F** | **M** | **F** |
| **18-22** | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| **23-40** | 6 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 6 | 8 |
| **41-** | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| **SUB-TOTAL** | 12 | 15 | 13 | 14 | 13 | 14 | 12 | 15 |
| **TOTAL DE ENCUESTAS** | 27 | | 27 | | 27 | | 27 | |

FUENTE: Elaboración propia.

Asimismo, esta Hoja de Zona venía acompañada de un plano donde se numeraron en orden correlativo todas las manzanas del área urbana del

deben encuestarse y cuántas personas de los diferentes grupos de edad" (Macassi y Mata, 1997: 95).

municipio de Huanuni. De esa manera, el supervisor y encuestador podían ubicar fácilmente con las unidades primarias asignadas.

## 3) Trabajo de campo

### a) Personal requerido

Se tuvo un promedio de 17 encuestadores en cada municipio, los mismos que fueron distribuidos generalmente en 4 equipos de trabajo. En cada equipo se nombró un jefe de grupo que cumplió la función de supervisor además de encuestador. Al mismo tiempo, en cada equipo se procuró la equidad en la distribución de sexo y la presencia de personas bilingües (español y castellano o español y quechua, dependiendo de la región encuestada) para facilitar y favorecer el trabajo de campo. Similar procedimiento se siguió en cada uno de los municipios donde se realizó la encuesta.

### b) Perfil del encuestador y del supervisor

Se estableció que el personal que trabajaría en el levantamiento de la información como *encuestador* sería el mismo que concurrió a los debates grupales, es decir, radialistas y reporteros populares de las radioemisoras afiliadas a la Asociación ERBOL. En la mayoría de los casos, estas personas habían realizado con anterioridad sondeos de opinión para sus respectivas radioemisoras. Por su parte, el *supervisor* debía tener conocimientos básicos y experiencia en la aplicación de encuestas; y, de la misma manera, residir en el área urbana del municipio donde se realizaba la encuesta.

### c) Capacitación del personal

Al día siguiente de la realización de los debates grupales se procedió a la capacitación conjunta de los encuestadores y los supervisores. La capacitación estuvo a cargo del responsable de la investigación y se llevó a cabo en un tiempo promedio de 6 horas-aula (270 minutos).

Para esta etapa de *capacitación* al personal de campo se determinaron los siguientes objetivos:

- Analizar críticamente el respectivo Manual, especialmente los deberes, obligaciones, actividades y normas básicas del trabajo de campo.

- Homogeneizar los conceptos y definiciones utilizadas en el levantamiento de la información, principalmente los referidos a la población objetivo.
- Explicar el objetivo de cada una de las variables de la boleta, su formulación y sus respectivas opciones de respuesta.
- Practicar el manejo y la aplicación del cuestionario.
- Fijar el día, la hora y el lugar de encuentro para el levantamiento de la encuesta.

**d) Levantamiento de la información**

El levantamiento de la información en cada municipio duró un día. Una noche antes cada supervisor recibió un paquete que contenía el siguiente *material de trabajo*: Hojas de Zona con sus respectivos Planos Guías Panorámicos del área urbana del municipio a encuestar, manuales del encuestador, boletas (30 en total por si se cometían algunos errores, ya que sólo se debían completar 27) y material de escritorio (lápices, borradores, tajadores).

El *método de supervisión* que se empleó fue el de observación, vale decir que cada supervisor debía acompañar al encuestador a una de sus entrevistas y observar la forma en que se ubicaba en la vivienda particular elegida, de qué manera seleccionaba la persona de la población objetivo y cómo aplicaba el instrumento de medición. En caso de notar algún error por parte del encuestador, el supervisor debía corregírselo en privado.

Una vez terminado su trabajo, el encuestador debía dirigirse al punto de encuentro fijado con anterioridad por el supervisor y entregarle los cuestionarios debidamente aplicados para que éste revise la calidad de la información recolectada (pre-crítica). Si el supervisor detectaba algún cuestionario ilegible, mal llenado o incompleto debía devolvérselo al encuestador para que lo corrija y/o complete en campo. A continuación, el grupo de trabajo debía entregar el material de trabajo al responsable de la investigación, a quien le correspondía verificar que en cada paquete se encuentre el total de boletas llenadas con el respectivo visto bueno del supervisor. Por último, se evaluó con todos los equipos de trabajo la aplicación de la encuesta y se formularon algunas conclusiones provisionales a manera de recomendaciones prácticas para mejorar la labor de las radioemisoras afiliadas a la Asociación ERBOL.

## 4) Procesamiento de la información

El procesamiento de la información de la encuesta se dividió en dos etapas: una para la crítica y codificación de los datos, y otra para el análisis estadístico de los mismos.

### a) Crítica y codificación

En esta etapa se aplicaron mecanismos y procedimientos de control de calidad, es decir, normas de verificación y consistenciación de la información captada y procesada.

Para la crítica o depuración de la información, que se realizó inmediatamente después de la aplicación de cada encuesta en los respectivos municipios, se señalaron los siguientes objetivos:

- Verificar que las respuestas estén anotadas en forma legible, completa y en el lugar correcto.
- Eliminar toda información innecesaria.
- Controlar la coherencia y consistencia de la información recolectada al interior de cada sección y entre las distintas secciones del cuestionario.

Para la codificación de las preguntas abiertas, que se efectuó del 16 al 18 de octubre de 1999, se fijaron los siguientes objetivos:

- Listar la frecuencia de mención con que aparece cada respuesta a la misma pregunta en las 628 boletas de la encuesta.
- Elegir las respuestas que se presentan con mayor frecuencia.
- Clasificar las respuestas elegidas, de acuerdo con un criterio lógico, en patrones generales de respuesta (respuestas similares que muchas veces se expresan con diferentes palabras) que sean mutuamente excluyentes.
- Asignar un valor numérico a cada patrón general de respuesta.

### b) Análisis estadístico

Se efectuó, de acuerdo con los objetivos de la presente investigación, un análisis de *estadística descriptiva* estableciendo las *distribuciones de frecuencias* (conjunto de puntuaciones ordenadas en sus respectivas categorías) para cada una de las variables del cuestionario. A estas distribuciones se agregaron las *frecuencias relativas* (porcentajes de casos en cada categoría).

El análisis estadístico de los datos, que se llevó a cabo del 19 de octubre al 8 de noviembre de 1999, se realizó por computadora en el SPSS - *Statistical Package for the Social Sciences* (Paquete Estadístico para Ciencias Sociales), versión 7.5 para trabajo en entorno *Windows*.

## 5) Características generales de la población encuestada

Las características generales de la población encuestada abarcan el sexo, edad, ocupación principal y nivel de instrucción. A continuación se revisarán estos rasgos.

### a) Sexo

Se administraron un total de 628 cuestionarios a un 51,3% de mujeres y un 48,7% de varones en los municipios donde funcionan las radios Horizontes (Huanuni), Santa Clara (Sorata), Esperanza (Aiquile), San Miguel (Riberalta), Yungas (Chulumani) y Chaka (Sorata).

### b) Edad

Para la obtención de la muestra representativa de la población de cada municipio y la adecuada interpretación de los resultados se agrupó a los y las encuestadas en tres grupos de edad: primeros votantes jóvenes (18-22 años), adultos (23-40 años) y mayores y de la tercera edad (41 años en adelante. El mayor porcentaje se concentró en los de 23 a 40 años (43,4%), seguido muy de cerca por los de 41 y más (39,6%) y, finalmente, los de 18 a 22 años con cerca a la mitad (17,01%) de estos últimos.

Si combinamos la edad y el sexo de los y las encuestadas hallamos un mayor número de mujeres en todos los grupos de edad, excepto en el de las mayores y de tercera edad (41 en adelante).

### c) Ocupación principal

En relación con la principal ocupación de las personas a quienes se administró la encuesta, una de cada cuatro (25,5%) manifestó dedicarse a las labores de casa, uno de cada diez son obreros u operarios (12,1%), en la misma proporción, comerciantes o vendedores (11,8%), agricultores, granjeros o ganaderos (10,4%) y estudiantes (10%). Un número relativamente menor es trabajador por cuenta propia (7,2%) y empleado (6,7%). En la categoría “varios” agrupamos a profesores (5,1%), artesanos o

bordadores (3,5%), desocupados (2,9%), jubilados o rentistas (2,2%), ayudantes (1,9%) y cooperativistas (0,6%).

#### d) Nivel de instrucción

Respecto a su grado de instrucción, tres de cada diez llegaron al ciclo básico (30,9%) y un porcentaje cercano (27,5%), al ciclo medio. Dos de cada diez sólo culminaron algún curso de intermedio (17,7%). Cabe destacar que uno de cada diez no tuvo ninguna instrucción (11,6%). Respecto a este último aspecto las mujeres son las que en un 15,8% no tuvieron ninguna educación, frente a un 7,2% de los varones. El 5,3% acudió a la Normal, el 4,5% a la Universidad y apenas el 2,6% es técnico/a. La mayor parte de las personas que accedieron a esta educación superior son varones.

### 6) Características relacionadas con el ejercicio ciudadano

Dentro de estas características se congregan las agrupaciones de pertenencia, los derechos y deberes ciudadanos y las actividades que las personas encuestadas realizan como ciudadanos/as bolivianos/as.

#### a) Agrupaciones de pertenencia

Sobre las agrupaciones, organizaciones o asociaciones de las que los y las encuestadas son integrantes activos percibimos que más de la mitad no participan en ninguna agrupación (56,4%), uno de cada diez integran un sindicato (13,6%) y un porcentaje cercano, una junta vecinal (9,2%). En mínima mención encontramos a los sujetos que integran alguna asociación (panaderos, artesanos, gremialistas) con un 5,7% ó club (deportivo, cultural) con 5,6%, centros de madres (3,3%), partidos políticos (1,6%), jubilados o beneméritos de la patria (1,3%) y grupos religiosos (0,5%). El procesamiento de esta variable solamente se estableció basándose en la cantidad de respondientes. Los que no sabían o no respondieron son un 5,89%.

#### b) Derechos ciudadanos

A continuación, se presentan los resultados de las personas que respondieron la pregunta sobre sus principales derechos como ciudadanos bolivianos, ya que no se toman en cuenta al 18,31% que no supo o no

respondió a la misma. Entre los principales derechos que tienen los encuestados como ciudadanos/as bolivianos/as mencionan el respeto (16%) particularmente a las mujeres, ancianos y familia, seguido muy de cerca por el derecho a la vida (15,7%), el trabajo (14,4%), la educación (14,3%), la libre expresión y opinión (14%) y la salud (13,7%). Con proporciones menores distinguimos el derecho al voto (3,6%), a la justicia (3,1%), a la protección o seguridad social (2,3%), a los servicios básicos (1,7%) como agua potable, luz eléctrica y alcantarillado, y, finalmente, el derecho a la equidad e igualdad (1,2%).

De la totalidad de personas que expresaron poseer el derecho al respeto, seis de cada diez son mujeres (61,8%) y cuatro, varones (38,2%); además, cuatro de cada diez están entre los 23 y 40 años de edad (45,4%) y un porcentaje cercano, entre los 41 y más años (40,8%), únicamente uno de cada diez tiene entre 18 y 22 años (13,8%).

En el caso del derecho a la vida, los porcentajes entre varones (49%) y mujeres (51%) son similares, mientras que solamente uno de cada diez entre los 18 a 22 años (15,4%) lo mencionaron y en el resto de los rangos de edad los porcentajes se equilibran en un 42,3%.

Seis de cada diez que destacan el derecho al trabajo son varones (65,7%) y más de una tercera parte, mujeres (34,3%). Cerca de la mitad de los que evocan este derecho están entre los 23 y 40 años (46,7%), cuatro de cada diez detienen de 41 a más años (39,4%) y apenas uno de esa misma cantidad, de 18 a 22 años (13,9%).

Entre los que citan el derecho al estudio, en el caso del sexo los porcentajes son muy cercanos: 54,4% para los varones y 45,6% para las mujeres. En este mismo tópico, cuatro de cada diez están entre los 23 y 40 (44,9%), tres se ubican entre los 41 y más años (30,9%) y uno de cada cuatro entre 18 y 22 años de edad (24,3%).

La libertad de expresión y opinión es nombrada por un porcentaje similar de varones (53,4%) y mujeres (46,6%). Los jóvenes son la que menos la enfatizan (14,3%).

**c) Deberes ciudadanos**

Seguidamente, se exponen los resultados sobre la base de los encuestados que respondieron la pregunta sobre sus principales deberes ciudadanos,

debido a que no contabilizamos al 12,57% que no supo o no respondió a la misma.

Dos de cada diez personas mencionaron como su principal deber de ciudadano/a boliviano/a cumplir y acatar las leyes (18,2%), un porcentaje menor el trabajar (17,7%). Uno de cada diez dijeron que asumían la responsabilidad de cuidar a la familia y cumplir con la casa (13,3%), votar en las elecciones (12,9%) y efectuar acción comunal (9,4%). En cifras menores encontramos el deber de educar a los hijos (6,5%), pagar impuestos (5,6%), estudiar (5,5%), hacer el servicio militar (5%) y "otros" como buscar el desarrollo del municipio y el progreso de la sociedad (2,8%), respetar a los otros (1,8%), tener y ejercer una religión (1,1%) y mantener nuestra cultura (0,3%).

Seis de cada diez personas que nombraron el acatamiento de leyes como uno de sus principales deberes son varones (59,3%), y cuatro de cada diez, mujeres (40,7%); cuatro de cada diez tienen entre 41 y más años de edad (42,8%) y en la misma proporción están entre los 23 y 40 años (41,4%).

Entre los que nombraron el deber de trabajar, seis son varones (58,9%) y cuatro de cada diez son mujeres (41,4%); la mitad se ubica en el rango entre 23 y 40 años (51,1%), cuatro de cada diez en el de 41 a más años (37,6%) y solamente uno de cada diez entre los 18 y 22 años (11,3%).

**d) Actividades ciudadanas**

A continuación se exteriorizan los resultados sobre la base de los encuestados que respondieron la pregunta sobre sus más importantes actividades ciudadanas, ya que no tomamos en cuenta para este reporte al 16,56% que no supo o no respondió la misma.

Cuando se les cuestionó acerca de las actividades que cumplen como ciudadanos/as bolivianos/as, cerca de la mitad indicaron el trabajo (47,8%), uno de cada diez la acción comunal (10,6%) y un porcentaje próximo reveló que no efectuaba actividad alguna (9,4%). En cantidades pequeñas ubicamos a los que señalan la paternidad en calidad de padre o madre (7,8%), el deporte (7,5%), el estudio (6,5%), el cumplimiento de las leyes y del sufragio en elecciones (5,1%) y, con cantidades mínimas, la educación de los hijos (3%), el control social (1,8%) y la composición o ejecución musical (0,5%).

Del conjunto de personas que aluden al trabajo como una actividad ciudadana, un 56.9% son varones y un 43,1% son mujeres. Uno de cada diez están entre los 18 y 22 años (10,4%), cuatro de cada diez entre los 23 y 40 (45,5%) y de manera similar los de 41 y más años (44,1%).

En el caso de los que declaran la acción comunal, seis de cada diez son mujeres (56,3%) y cuatro son hombres (43,8%). Uno de cada diez son jóvenes (9,4%), cinco están entre los 23 y 40 años de edad (46,9%) y cuatro tienen 41 o más años (43,8%).

***b. La encuesta descriptiva autoadministrada (encuestado-encuestado)***

Por otra parte, se empleó de manera *auto administrada* (encuestado-encuestado) la *Encuesta de Percepción Laboral con relación a la Misión de la Radio Popular como Instancia de Mediación Gestora de Ciudadanías/1999* entre la siguiente *población objetivo*: población masculina y femenina de radialistas y reporteros populares que trabajan en las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación ERBOL y que, al mismo tiempo, participaron en los debates grupales.

El objetivo de la realización de esta encuesta fue adquirir información de la población objetivo sobre los principales temas, problemas, retos y tareas que ellos y ellas se plantean en el campo de la comunicación radiofónica y la ciudadanía. Además dicha encuesta pretendió evaluar los debates grupales entre la población objetivo.

En la tabla 4-6 podemos apreciar los ámbitos geográfico (lugar donde se aplicó el cuestionario entre la muestra seleccionada) y temporal (momento del levantamiento de la información) de aplicación de la encuesta, además de la institución afiliada a ERBOL que trabajó como contraparte local en la organización de esta encuesta, las afiliadas participantes, las persona encargada de la aplicación del cuestionario y el número de participantes en cada evento.

| DATOS GENERALES SOBRE LA REALIZACIÓN DE LA "ENCUESTA DE PERCEPCIÓN LABORAL CON RELACIÓN A LA MISIÓN DE LA RADIO POPULAR COMO INSTANCIA DE MEDIACIÓN GESTORA DE CIUDADANÍAS/1999" | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **CONTRAPARTE LOCAL** | **AFILIADAS PARTICIPANTES** | **RESPONSABLE APLICACIÓN** | **Nº DE PARTICIPANTES** | **ÁMBITO GEOGRÁFICO** | **ÁMBITO TEMPORAL** |
| ***Radio Horizontes*** | - Radio Horizontes (Huanuni, Oruro)<br>- Radio Pío XII (Oruro, Oruro) | Carlos Camacho | 24 personas (15 varones y 9 mujeres):<br>- 7 productores; 9 reporteros populares; 5 operadores y locutores; 3 periodistas y locutores | Huanuni, Oruro | 19 de agosto |
| ***Radio Santa Clara*** | - Radio Santa Clara (Sorata, La Paz)<br>- Radio Chaka (Pucarani, La Paz)<br>- Radio Sariri (Escoma, La Paz)<br>- Radio San Gabriel (La Paz, La Paz) | Carlos Camacho | 17 personas (15 varones y 2 mujeres):<br>- 7 reporteros populares; 5 productores; 2 operadores y locutores; 1 locutor; 2 locutores y reporteros populares | Sorata, La Paz | 26 de agosto |
| ***Radio Esperanza*** | - Radio Esperanza (Aiquile, Cochabamba)<br>- Radio Don Bosco (Kami, Cochabamba) | Carlos Camacho | 10 personas (7 varones y 3 mujeres):<br>- 5 reporteros populares; 1 locutor; 1 periodista y locutor; 3 productor | Aiquile, Cochabamba | 17 de septiembre |
| ***CEAMCOS*** | - ACLO Sucre (Sucre, Chuquisaca)<br>- ACLO Potosí (Potosí, Potosí) | Carlos Camacho | 19 personas (11 varones y 8 mujeres):<br>- 1 locutor y productor; 11 reporteros populares; 7 productores | Potosí, Potosí | 22 de septiembre |
| ***Radio San Miguel*** | - Radio San Miguel (Riberalta, Beni) | Carlos Camacho | 21 personas (17 varones y 4 mujeres):<br>- 1 colaborador; 3 productores; 13 reporteros populares; 1 reportero; 2 locución y programación; 1 grabador | Riberalta, Beni | 29 de septiembre |
| ***Radio Yungas*** | - Radio Yungas (Chulumani, La Paz) | Carlos Camacho | 11 personas (10 varones y 1 mujer):<br>- 3 reporteros populares; 6 productores de programas; 1 reportero; 1 operador | Chulumani, La Paz | 14 de octubre |

FUENTE: Elaboración propia.

## 1) Instrumento de investigación: el cuestionario

Luego de determinar la finalidad de la encuesta, los conceptos y definiciones involucrados en ésta, se procedió al diseño del instrumento de investigación, que en este caso fue el *cuestionario*. En éste el encuestado registró —de manera auto aplicada— información sobre un conjunto de preguntas de respuesta abierta respecto a las siguientes variables a medir:

- evaluación del debate grupal;
- temas-eje para la capacitación en el campo de la ciudadanía;
- labores y desafíos asumidos como emisores en la gestación de ciudadanías;
- aplicación práctica del tema ciudadanía y comunicación radiofónica; y,
- temas ciudadanos a tratar en futuros programas radiofónicos.

La validez y confiabilidad del instrumento se la pudo establecer en una serie de *pruebas piloto*, que se efectuaron en talleres de capacitación organizados por el Departamento de Formación y Capacitación de la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL) en el primer semestre de 1999.

## 2) Plan de muestreo

Revisada la finalidad de esta encuesta se decidió que para elegir la muestra de la población objetivo se seguiría similar procedimiento al efectuado en los debates grupales, ya que se buscaba riqueza, profundidad y calidad informativa que fuera proporcionada por sujetos "típicos", esto es, casos representativos de una población determinada. Así, para la aplicación de esta encuesta se contó con una "muestra accesible", también llamada "muestra de conveniencia", sobre la que Roger Wimmer y Joseph Dominick (1996:69) declaran que "es un conjunto de personas de fácil localización y accesibilidad para el investigador" conforme a criterios específicos de selección.

Nuestra decisión fue corroborada por Heriberto López Romo (1998:40) quien menciona que la muestra de una encuesta puede ser elegida de manera no probabilística cuando se busca explorar un fenómeno sin obtener estimaciones precisas. Así, la elección de la muestra para la administración de nuestro cuestionario quedó conformada por las mismas personas que intervinieron en los debates grupales.

## 3) Trabajo de campo

### a) Personal requerido

Conforme al carácter de la *Encuesta de Percepción Laboral con relación a la Misión de la Radio Popular como Instancia de Mediación Gestora de Ciudadanías/1999*, se acordó que se iba a requerir un responsable de la aplicación de los cuestionarios.

### b) Perfil del responsable

Se estableció que este responsable debía poseer experiencia en el relevamiento de información mediante encuestas y, sobre todo, estar muy versado en las temáticas y objetivos de la investigación. Para cumplir con estos requisitos, se optó por el encargado del estudio como el responsable de la administración de cuestionarios.

### c) Levantamiento de la información

Una vez finalizado el debate grupal se procedió, en el mismo lugar del evento, a la aplicación de los cuestionarios, actividad que tuvo una duración promedio de 1 hora-aula (45 minutos). No se tuvieron inconvenientes en la obtención de la información debido a la claridad de las preguntas y a la buena disponibilidad por parte de los encuestados.

## 4) Procesamiento de la información

Para dar sentido a los datos se siguió el enfoque básico utilizado en los debates grupales, vale decir, descubrimiento, codificación y relativización. En este proceso nos ubicaron las palabras de Taylor y Bogdan:

> A lo largo del análisis, se trata de obtener una comprensión más profunda de lo que se ha estudiado, y se continúan refinando las interpretaciones. Los investigadores también se abrevan en su experiencia directa con escenarios, informantes y documentos, para llegar al sentido de los fenómenos partiendo de los datos (1990:159).

### a) Descubrimiento de los datos

En esta etapa se repasaron las anotaciones del responsable de la aplicación de las boletas. Asimismo, se examinaron los cuestionarios para identificar y clasificar las respuestas en cuatro áreas de interés en el campo

de la comunicación radiofónica y la ciudadanía (retos y tareas, aplicación práctica, temáticas a tratar en programas y temáticas de capacitación) de acuerdo con los municipios donde se recogió la información, teniendo en cuenta que las radios participantes procedían de regiones similares y, en algunos casos, cumplían acciones mancomunadas. Así, se fue dando gradualmente sentido a lo estudiado combinando perspicacia e intuición.

**b) Codificación de los datos**

Para esta etapa se confeccionó un cuadro que identificaba ciertos ejes guía hallados en el "descubrimiento", a saber: información y opinión, participación radiofónica, producción y programación radiofónica, Participación Popular[134] y ciudadana, ciudadanía, y comunicación educativa para el desarrollo. Se desarrollaron cada uno de estos ejes-guía según las cuatro áreas de interés que exploraba el cuestionario.

**c) Relativización de los datos**

La fase final del análisis consistió en interpretar los datos de acuerdo con el contexto en que fueron recogidos, esto es, evaluar su credibilidad a partir de la reflexión sobre el modo en que fueron recogidos sometiéndolos a algunas consideraciones como los temas que emergieron espontáneamente, la posible influencia que pudo haber tenido el encargado de la administración del cuestionario sobre el escenario o los encuestados, la credibilidad de las fuentes de los datos y nuestros propios supuestos como investigadores.

## 2. Análisis del discurso radiofónico

A juzgar por las finalidades del presente estudio, en el análisis del discurso radiofónico solamente nos concentramos en su dimensión estructural, vale decir, "Cómo se organiza todo lo que se dice en una programación diaria y semanal" (Mata y Scarafía, 1993:32).

El objetivo perseguido con la aplicación de esta técnica fue conocer las características generales de la programación de las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación ERBOL que son objeto de esta investigación a partir de sus ofertas comunicativas, los públicos prefigurados por ellas y sus perfiles radiofónicos.

---

[134] Nos referimos a la Ley 1551 de Participación Popular.

En la siguiente tabla se observa el ámbito temporal (programación semanal) que se tomó como referencia de las radios en cuestión.

| DATOS GENERALES SOBRE EL ANÁLISIS DEL DISCURSO RADIOFÓNICO | |
|---|---|
| **RADIOS ANALIZADAS** | **ÁMBITO TEMPORAL** |
| - Radio Horizontes (Huanuni, Oruro)<br>- Radio Pío XII (Oruro, Oruro) | 8 al 14 de agosto |
| - Radio Santa Clara (Sorata, La Paz)<br>- Radio Chaka (Pucarani, La Paz)<br>- Radio Sariri (Escoma, La Paz)<br>- Radio San Gabriel (La Paz, La Paz) | 15 al 21 de agosto |
| - Radio Esperanza (Aiquile, Cochabamba)<br>- Radio Don Bosco (Kami, Cochabamba) | 5 al 11 de septiembre |
| - ACLO Sucre (Sucre, Chuquisaca)<br>- ACLO Potosí (Potosí, Potosí) | 12 al 18 de septiembre |
| - Radio San Miguel (Riberalta, Beni) | 19 al 25 de septiembre |
| - Radio Yungas (Chulumani, La Paz) | 3 al 9 de octubre |

FUENTE: Elaboración propia.

***a. Instrumento de investigación***

Posteriormente a la determinación de la finalidad del análisis del discurso radiofónico se confeccionó la planilla de Registro de Programación, donde los directores y/o jefes de programación de las emisoras anotaron los nombres de los programas, el o los formatos utilizados en cada uno de ellos, su temática principal, su periodicidad y duración.

***b. Plan de muestreo***

Luego, se eligió la muestra a través de un *muestreo no probabilístico* ya que se precisaba analizar la programación regular y completa de las radios de ERBOL según los criterios de recolección y control que se realizaron en el marco de los debates grupales.

## 1) Tamaño de la muestra

Ya que como sugieren Mata y Scarafía (1993:151) los múltiples emisores que trabajan en una radio son los mismos y “una de las características de la comunicación radiofónica es su normalidad, garantizada por la existencia de una programación definida, un estilo, un proyecto”, decidimos trabajar con la programación de una semana (domingo-sábado) por cada radioemisora.

### 2) Método de selección

Se escogió el discurso objeto de nuestro estudio conforme a las fechas establecidas para la realización de los debates grupales y, además, se previó que no ocurrirían hechos que podrían alterar los contenidos normalmente emitidos. Entonces, el corpus de análisis estuvo constituido por una semana de programación previa a los debates grupales. Así, no perdimos la continuidad natural del discurso radiofónico tal como es elaborado regularmente por los emisores y consumido por los oyentes.

***c. Trabajo de campo***

### 1) Personal requerido

Tal como se indicó anteriormente, los directores y/o jefes de programación fueron los encargados de completar el Registro de Programación.

### 2) Levantamiento de la información

El responsable de la investigación entregó, recogió y procesó las planillas de registro. Verificó con los directores y/o jefes de programación la exactitud y claridad en el registro y, asimismo, escuchó y participó en varios programas de las diferentes radios populares afiliadas a la Asociación ERBOL con el propósito de interiorizarse más en las diferentes lógicas de producción y emisión.

Los directores y/o jefes de programación tuvieron un plazo máximo de 4 días para completar el Registro de Programación.

***d. Procesamiento de la información***

Para el procesamiento de la información nos orientó la experiencia de María Cristina Mata y Silvia Scarafía (1993:150-154) en su trabajo con radios populares de América Latina y el Caribe.

Rondando la propuesta de estas autoras, en primera instancia definimos una unidad básica de análisis: cada una de las emisiones de los programas y determinamos las categorías que empleamos conforme a la planilla de registro utilizada: nombres de los programas, el o los formatos utilizados en cada uno de ellos, su temática principal, su periodicidad y duración. De este modo, dividimos la totalidad de la programación en sus partes para

garantizar una observación ordenada y sistemática de las mismas. Cada una de esas unidades fue analizada con el mismo procedimiento que las otras.

Seguidamente, cuantificamos los datos de las planillas —es decir, los sumamos para obtener el número total de ocurrencias (apariciones) y lograr porcentajes parciales y totales—, los combinamos —entre categorías— e interpretamos —por cada una de las categorías analizadas y al relacionar categorías entre sí.

En el caso de la oferta comunicativa de las radioemisoras de ERBOL según su duración, formatos y recursos, y según los temas, las clasificamos conforme a tipos de géneros esbozados por Mata y Scarafía (1993:136-137); sin embargo, no se tomó en cuenta los publicitarios porque no respondían a los fines de la presente investigación. En el procesamiento se fusionaron los géneros musical y de entretenimiento ya que se halló que tenían correspondencias en la programación de las diferentes emisoras. En todo este proceso se elaboraron cuadros que facilitaron la etapa de interpretación y la exposición de los resultados.

Finalmente, se presenta una tabla donde se desglosa los objetivos (general y específicos) que guiaron la realización del presente estudio, relacionados con los aspectos de la realidad (aspectos a investigar), los tipos de información (indicadores) que se recogió para analizar estos aspectos y las técnicas que permitieron su abordaje.

**RESUMEN METODOLÓGICO DEL ESTUDIO**

| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | ASPECTOS A INVESTIGAR | INDICADORES | TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN |
|---|---|---|---|
| **1.** *Precisar el discurso radiofónico de las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación ERBOL.* | **1.1.** Oferta comunicativa | **1.1.1.** - Según el género - Según su duración - Según los formatos y recursos - Según los temas | - Análisis de la dimensión estructural del discurso radiofónico |
| | **1.2.** Público prefigurado | **1.2.1.** - Urbano-popular - Campesino, indígena - Adulto - Juvenil - Infantil - Femenino - Minero - Migrante - De tercera edad | |
| | **1.3.** Perfil radiofónico | **1.3.1.** - Emisoras musicales - Emisoras de programación mixta - Emisoras de otro género - Emisoras variadas | |
| | **1.4.** Discusión pública | **1.4.1.** - Debate - Mesa redonda - Foro panel | |
| **2.** *Establecer la percepción y práctica cotidiana de los radialistas y reporteros populares en torno a la oferta informativa noticiosa de las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación ERBOL.* | **2.1.** Características generales de la noticia de interés público | **2.1.1.** - Ejes temáticos - Lugar de origen - Actores - Participación de la población | - Debate grupal |
| | **2.2.** Tratamiento de la noticia de interés público | **2.2.1.** - Tipos de periodismo - Formatos radiofónicos - Seguimiento - Enfoque - Fuentes de información - Líderes de opinión - Opinión de la radio - Relación con otros medios/instituciones - Estrategia comunicacional | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **3.**<br>*Detallar las formas e intencionalidad de la participación en las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación* ERBOL *a partir de la percepción y práctica cotidiana de sus radialistas y reporteros populares.* | **3.1.**<br>En la producción | **3.1.1.**<br>- Formas de participación<br>- Intencionalidad de los emisores | - Debate grupal |
| | **3.2.**<br>Durante la emisión | **3.2.1.**<br>- Formas de participación<br>- Intencionalidad de los emisores | |
| | **3.3.**<br>Fuera de la emisión | **3.3.1.**<br>- Formas de participación<br>- Intencionalidad de los emisores | |
| **4.**<br>*Especificar la participación de los oyentes en las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación* ERBOL *en el área urbana de los municipios donde éstas funcionan.* | **4.1.**<br>Participación radiofónica | **4.1.1.**<br>- Sí<br>- No | - Encuesta descriptiva con administración de cuestionarios en forma directa (encuestador-encuestado) |
| | **4.2.**<br>Formas de participación radiofónica | **4.2.1.**<br>- Por teléfono<br>- Por carta<br>- Visita a la radio<br>- Entrevistado por la radio<br>- La radio visitó su barrio<br>- Otras | |
| **5.**<br>*Identificar el grado de incidencia en la opinión pública de las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación* ERBOL *a partir de la percepción y práctica cotidiana de sus radialistas y reporteros populares y de la población urbana de los municipios donde éstas funcionan.* | **5.1.**<br>Escucha de la radio de ERBOL | **5.1.1.**<br>- Sí<br>- No | - Encuesta descriptiva con administración de cuestionarios en forma directa (encuestador-encuestado) |
| | **5.2.**<br>Utilidad principal de la radio de ERBOL | **5.2.1.**<br>- Información<br>- Entretenimiento<br>- Denuncia<br>- Orientación/educación<br>- Otra | |
| | **5.3.**<br>Consecuencias de la noticia de interés público | **5.3.1.**<br>- Movilización social<br>- Organización popular<br>- Control social<br>- Fortalecimiento institucional<br>- Discusión pública<br>- Equidad de género<br>- Desarrollo humano e identidad cultural<br>- Protagonismo de la radio popular<br>- Ninguna | - Debate grupal |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | **5.4.**<br>Acción principal de la radio de ERBOL para mejorar la Participación Popular | **5.4.1.**<br>- Programación<br>- Programas participativos<br>- Información<br>- Orientación<br>- Personal capacitado<br>- Reporteros populares | - Encuesta descriptiva con administración de cuestionarios en forma directa (encuestador-encuestado) |
| | **5.5.**<br>Acciones de control social | **5.5.1.**<br>- Marchas<br>- Firmas<br>- Cabildo abierto<br>- Oficios<br>- Reclamo<br>- Huelga<br>- Denuncia radio ERBOL<br>- Denuncia por otros medios de comunicación<br>- Reunión con autoridades<br>- Ninguna | |
| **6.**<br>*Averiguar los principales ejes de trabajo que se plantean los radialistas y reporteros populares de las radioemisoras populares afiliadas a la Asociación ERBOL en el campo de la comunicación radiofónica y la ciudadanía.* | **6.1.**<br>Información y opinión | **6.1.1.**<br>- Retos y tareas<br>- Aplicación práctica<br>- Temáticas a tratar en programas<br>- Temáticas de capacitación | - Encuesta descriptiva autoadministrada (encuestado-encuestado) |
| | **6.2.**<br>Participación radiofónica | **6.2.1.**<br>- Retos y tareas<br>- Aplicación práctica<br>- Temáticas a tratar en programas<br>- Temáticas de capacitación | |
| | **6.3.**<br>Producción y programación radiofónica | **6.3.1.**<br>- Retos y tareas<br>- Aplicación práctica<br>- Temáticas a tratar en programas<br>- Temáticas de capacitación | |
| | **6.4.**<br>Participación Popular y ciudadana | **6.4.1.**<br>- Retos y tareas<br>- Aplicación práctica<br>- Temáticas a tratar en programas<br>- Temáticas de capacitación | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | **6.5.**<br>Ciudadanía | **6.5.1.**<br>- Retos y tareas<br>- Aplicación práctica<br>- Temáticas a tratar en programas<br>- Temáticas de capacitación | |
| | **6.6.**<br>Comunicación educativa para el desarrollo | **6.6.1.**<br>- Retos y tareas<br>- Aplicación práctica<br>- Temáticas a tratar en programas<br>- Temáticas de capacitación | |